

STRATEGI MANAJEMEN MEDIA PENYIARAN TV EDUKASI SEBAGAI TELEVISI PENDIDIKAN

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata-1 (S-1)
Program Studi Televisi dan Film
Jurusan Seni Media Rekam



Oleh

**FEBRINA CANDRA CAHYANING DIAN
NIM. 13148105**

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA
2017**

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**STRATEGI MANAJEMEN MEDIA PENYIARAN
TV EDUKASI SEBAGAI TELEVISI PENDIDIKAN**

Oleh

FEBRINA CANDRA CAHYANING DIAN

NIM : 13148105

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji
pada tanggal 7 Agustus 2017

Tim Penguji

Ketua Penguji	:	Citra Dewi Utami, S.Sn., MA.
Penguji Bidang	:	Citra Ratna Amelia, S.Sn., M.Sn.
Pembimbing	:	Drs. Achmad Sjafi'i, M.Sn.
Sekretaris Penguji	:	Donie Fadjar Kurniawan, SS, M.Si., M.Hum

Skripsi ini telah diterima sebagai
salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn)
pada Institut Seni Indonesia Surakarta

Surakarta, 3/Agustus 2017
Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain

Ranang Agung Sugihartono, S.Pd., M.Sn.
NIP. 197111102003121001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Febrina Candra Cahyaning Dian

NIM : 13148105

Program Studi : Televisi dan Film

menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir (skripsi) berjudul “Strategi Manajemen Media Penyiaran TV Edukasi Sebagai Televisi Pendidikan” adalah karya saya sendiri dan bukan jiplakan atau plagiarisme dari karya orang lain. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti sebagai hasil jiplakan atau plagiarisme, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Selain itu, saya menyetujui laporan Tugas Akhir ini dipublikasikan secara online dan cetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk keperluan akademis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, Agustus 2017



Mahasiswa,

Febrina Candra C.D
NIM. 13148105



PERSEMBAHAN

*Untuk bapak, ibu, adikku,
Teman-temanku, dan semua yang mendukung setiap proses belajarku*

MOTTO

“Segala sesuatu dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku” (Fil 4:13b)

*“apapun yang bisa dipikirkan dan diyakini otak manusia, pasti bisa dicapai”
(Suliyanti – Ibu)*



ABSTRAK

STRATEGI MANAJEMEN MEDIA PENYIARAN TV EDUKASI SEBAGAI TELEVISI PENDIDIKAN (Febrina Candra Cahyaning Dian, 13148105, 2017, xiii dan 120 Halaman) Skripsi S-1 Program Studi Televisi dan Film, Jurusan Seni Media Rekam, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta.

Penelitian ini berawal dari ketertarikan terhadap hadirnya TV Edukasi, sebuah televisi pendidikan yang dibentuk oleh Pusat Teknologi Informasi dan Komunikasi Pendidikan (Pustekkom) di bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Fokus permasalahan adalah pada manajemen penyiaran televisi pendidikan sebagai inovasi media pembelajaran yang baru bagi masyarakat. Penelitian bertujuan untuk mengetahui strategi manajemen penyiaran yang dijalankan oleh TV Edukasi sebagai televisi pendidikan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data (1) observasi, (2) wawancara, dan (3) studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menjalankan manajemennya, TV Edukasi menitikberatkan pada fungsinya sebagai sumber belajar bagi masyarakat. Manajemen program mengatur bagaimana kemasan program pendidikan yang tepat serta menayangkan sesuai dengan kesediaan waktu penontonnya. Manajemen pemasaran mengatur strategi promosi yang dilakukan melalui (1) pameran pendidikan, (2) pelatihan masyarakat, (3) media sosial, dan (4) program Kuis Kihajar, serta melalui medianya sendiri berupa *bumper*, *station ID*, dan *running text*. Manajemen teknis TV Edukasi mengatur kegiatan penyiaran melalui (1) penyiaran satelit yang bisa diterima TVRO (*Television Receive Only*), (2) direlai oleh televisi lokal dan berlangganan, dan (3) siaran secara *streaming*.

Kata Kunci : Manajemen Media Penyiaran, TV Edukasi, Televisi Pendidikan

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur bagi Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerah-Nya sehingga penulis diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun tugas akhir skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pustekkom Kemdikbud atas kesempatan yang diberikan untuk melaksanakan penelitian.

Penulis menyadari bahwa kegiatan penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak yang telah membantu. Oleh karena itu penulis menghaturkan terima kasih kepada :

1. Drs. Achmad Sjafi'i, M.Sn., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi yang telah memberikan arahan, masukan, dan saran selama proses penyusunan skripsi ini dari awal sampai dengan selesai.
2. Sitti Lestari Martika, S.Sos., M.M. selaku Kasubid Perancangan dan Produksi Bidang Pengembangan Teknologi Pendidikan (PTP) berbasis Radio, Televisi, dan Film (RTF) di Pustekkom, yang menyetujui peneliti untuk melaksanakan penelitian serta bersedia menjadi narasumber.
3. Hermanto, S.S., Hairun Nissa, S.Pd., dan Arie Nugraha, M.Si., yang telah bersedia meluangkan waktunya menjadi narasumber wawancara dalam penelitian ini.
4. Amanda Octavianty, Ibu Deliana, Ibu Shintya, Ibu Widawati, Mas Danang, Ibu Zuli, Mas Mamat, Ibu Mega, Atharia, dan seluruh kru TV Edukasi, yang bersedia berbagi informasi dan berdiskusi selama peneliti melaksanakan kegiatan penelitian di TV Edukasi.

5. Bu Citra Ratna Amelia, S.Sn, M.Sn, Pak Donie Fajar Kurniawan, S.Sn, M.A, dan Pak Widhi Nugroho, S.Sn., M.Sn. selaku Dosen Penguji tahap Review dan Kelayakan, atas kritik dan saran yang diberikan untuk perbaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Televisi dan Film, yang telah membagikan ilmunya selama masa perkuliahan di Institut Seni Indonesia Surakarta.
7. Kedua orang tua dan keluarga besar, yang senantiasa memberikan dukungan serta motivasi baik jasmani maupun rohani yang tak terhingga.
8. Para teman bermain di keluarga Kongguan dan Kos Griya Kinanthi, yang menjadi ruang untuk saling berbagi, bercanda dan berkeluhkesah disela-sela kepenatan penyusunan skripsi ini.
9. Rekan-rekan seperjuangan mahasiswa/i Program Studi Televisi & Film 2013, yang saling memberi semangat, inspirasi, serta tempat berdiskusi selama masa perkuliahan hingga proses Tugas Akhir.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam bentuk apapun yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis memohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam skripsi ini. Karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran sebagai evaluasi dan perbaikan penulisan selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan semua pihak. Atas apresiasinya terhadap skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih.

Surakarta, Juli 2017

Penulis

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Kerangka Pikir	10
G. Metode Penelitian	26
H. Sistematika Penulisan	33
BAB II TV EDUKASI PUSTEKKOM	
A. Pusat Teknologi Informasi dan Komunikasi Pendidikan	35
B. Riwayat TV Edukasi	37
C. Visi, Misi, dan Logo TV Edukasi	39
D. Peranan dan Keunggulan TV Edukasi	40
E. Sistem Penyiaran TV Edukasi	42
F. Sasaran Khalayak dan Materi Siaran Program	44
G. Sumber Daya Manusia	46

BAB III STRATEGI MANAJEMEN MEDIA PENYIARAN TV EDUKASI SEBAGAI TELEVISI PENDIDIKAN

A. Program	50
B. Pemasaran	92
C. Teknis	105
D. Strategi Manajemen Media Penyiaran TV Edukasi Sebagai Televisi Pendidikan	109

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	114
B. Saran	116

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR NARASUMBER

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Bagan Klasifikasi Siaran Pendidikan	24
Gambar 2. Bagan Komponen dalam Analisis Data (<i>interactive model</i>) Model Miles and Huberman	32
Gambar 3. Logo Pustekkom	35
Gambar 4. Logo TV Edukasi	39
Gambar 5. Tampilan <i>web streaming</i> TV Edukasi	43
Gambar 6. Komposisi Program Pendidikan TV Edukasi	45
Gambar 7. Struktur Organisasi Pustekkom.....	47
Gambar 8. Bagan Alur Kerja TV Edukasi	48
Gambar 9. Tahap Perencanaan Program TV Edukasi.....	52
Gambar 10. Tampilan <i>Station ID</i> dan <i>running text</i> TV Edukasi	95
Gambar 11. Tampilan <i>bumper</i> TV Edukasi	96
Gambar 12. Tampilan <i>facebook</i> TV Edukasi	98
Gambar 13. Promosi Jadwal Siaran TV Edukasi di <i>facebook</i>	98
Gambar 14. Promosi Siaran TV Edukasi pada <i>facebook</i> Pustekkom	99
Gambar 15. Promosi Program Acara TV Edukasi pada <i>facebook</i> Pustekkom ..	99
Gambar 16. Tampilan Akun <i>youtube</i> TV Edukasi.....	100

Gambar 17. Dokumentasi Pelatihan Pemanfaatan TIK di Papua Barat	101
Gambar 18. Logo Anugerah <i>Kihajar</i>	102
Gambar 19. Konferensi Pers Anugerah <i>Kihajar</i> 2016	104
Gambar 20. Proses Transmisi Siaran TV Edukasi	106
Gambar 21. <i>Streaming</i> TV Edukasi	109



DAFTAR TABEL

Bagan 1. Komposisi Audien	14
Bagan 2. Pola Siar TV Edukasi	77
Bagan 3. Jadwal Siaran Program Instruksional	80



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kajian ini berawal dari ketertarikan penulis terhadap siaran televisi pendidikan milik Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, yaitu TV Edukasi. Siaran televisi ini secara khusus menayangkan program-program pendidikan dengan sasaran bidik para pelajar, tenaga pengajar, dan masyarakat umum. Penelitian ini merupakan kajian pada ranah televisi sebagai institusi yang berfokus pada manajemen siaran televisi pendidikan.

Televisi merupakan media massa favorit bagi sebagian besar masyarakat. Hal tersebut dikarenakan televisi menyajikan hiburan yang bervariasi dan informasi yang mudah didapatkan. Tingginya minat masyarakat akan televisi mendorong semakin banyak bermunculan stasiun televisi yang saling berlomba-lomba untuk merebut hati pemirsa. Banyaknya stasiun televisi baru yang saling bersaing dengan mengunggulkan programnya masing-masing, memberikan tawaran yang semakin beragam kepada masyarakat untuk memilih siaran yang diminati.

Televisi merupakan media massa berbentuk audiovisual. Televisi memiliki tingkat efektifitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan media massa yang lain seperti radio dan media cetak. Informasi yang disampaikan oleh televisi akan mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat secara visual.¹

¹ Wawan Kuswandi. 1996. *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rineka Cipta. hal. 8

Sifatnya yang demikian membuat televisi dianggap kuat pengaruhnya. Hal ini dikarenakan tayangan televisi mudah diserap pesannya sehingga mampu mempengaruhi pola pikir dan perilaku masyarakat. Sifat televisi inilah yang membentuk fungsi televisi sebagai media pendidikan.

Perwujudan televisi sebagai media pendidikan di Indonesia diawali dengan munculnya TPI atau Televisi Pendidikan Indonesia pada tahun 1991. TPI secara khusus menyiarkan berbagai acara pendidikan dan edukasi. TPI bekerja sama dengan TVRI dan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan dalam memproduksi program-program pendidikan untuk disiarkan. Namun di tahun 90-an, TPI mulai memisahkan diri dari TVRI dan mulai membuat siaran sendiri serta mengurangi siaran pendidikan. TPI secara perlahan merubah jalurnya menjadi stasiun TV komersial dengan tayangan film-film India dan acara dangdut, sampai mendapat julukan Televisi Pedangdut Indonesia di masyarakat. Karena krisis keuangan yang terjadi, TPI mengalami sengketa saham dengan PT Bimantara Citra Tbk (BMTR) yang saat ini berubah nama menjadi PT Global Mediacom Tbk sejak tahun 2002 sampai dengan 2005.² Pada tahun 2006 saham TPI 75% diakuisisi oleh Media Nusantara Citra. Pada tahun 2010 TPI secara resmi berubah nama menjadi MNCTV dan tergabung sepenuhnya dalam MNC Group bersama RCTI dan Global TV.

Kasus peralihan TPI dari televisi pendidikan menjadi televisi komersial menjadi salah satu contoh bagaimana stasiun televisi pendidikan tidak mudah

² Detik Finance. 2010. *Kronologi Sengketa Saham TPI*. Diakses dari <https://m.detik.com/finance/bursa-valas/139169/kronologi-sengketa-saham-tpi>, pada 28 Juli 2017

bertahan di tengah-tengah maraknya stasiun televisi hiburan yang memiliki daya tarik lebih tinggi untuk merebut hati masyarakat. Jumlah peminat yang sedikit tidak dapat mengundang pemasang iklan untuk mendatangkan keuntungan bagi stasiun televisi pendidikan. Sehingga jalan yang ditempuh adalah mengubah jalurnya dengan mengikuti selera masyarakat agar mampu bersaing dan menghasilkan pendapatan guna keberlangsungan penyiarannya.

Setelah menghilangnya program acara pendidikan di TPI, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia (Kemdikbud) melalui Pustekkom meresmikan Televisi Edukasi pada tahun 2004. Pustekkom (Pusat Teknologi Informasi dan Komunikasi Pendidikan) merupakan tim yang dibentuk oleh Kemdikbud sejak tahun 1976 untuk menangani permasalahan pendidikan di Indonesia dengan mendayagunakan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Upaya tersebut dilakukan dengan mengadakan pelatihan-pelatihan pemanfaatan IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi) sebagai media pembelajaran kepada tenaga pengajar. Serta memproduksi berbagai macam media pembelajaran berbasis IPTEK, salah satunya melalui media televisi yaitu TV Edukasi.

TV Edukasi hadir sebagai televisi yang bergerak dalam bidang pendidikan. TV Edukasi mengudara dengan menyajikan tayangan program pembelajaran bagi pelajar berbagai jenjang pendidikan juga masyarakat umum. Dengan mencanangkan misinya untuk mencerdaskan masyarakat dan mendorong

masyarakat gemar belajar, TV Edukasi berupaya menyajikan program siaran televisi yang mendidik dan menghibur agar mudah diterima oleh khalayaknya.

Salah satu kunci keberhasilan sebuah media penyiaran termasuk televisi adalah bagaimana strategi manajemen yang dijalankannya. Morissan dalam buku *Manajemen Media Penyiaran* tahun 2011 mengungkapkan bahwa ada tiga pilar utama dalam manajemen media penyiaran, yaitu program, pemasaran, dan teknis. Strategi manajemen menjadi penting bagi keberlangsungan penyiaran stasiun televisi.

Stasiun televisi swasta pada umumnya menerapkan strategi manajemen untuk kepentingan memenangkan persaingan dengan kompetitor. Strategi program dan strategi pemasaran penting dilakukan dengan cermat dengan tujuan menarik pemasang iklan sehingga mendatangkan keuntungan bagi stasiun televisi tersebut. Strategi manajemen yang tepat akan menghantarkan stasiun televisi untuk menarik khalayak sebanyak-banyaknya di antara para pesaing. Sama halnya dengan beralihnya TPI dari stasiun televisi pendidikan menjadi stasiun televisi komersial, hal tersebut bisa menjadi strategi manajemen untuk menghasilkan pendapatan secara mandiri.

Pentingnya strategi manajemen bagi stasiun televisi sebagai alat untuk bersaing bertolakbelakang dengan kondisi TV Edukasi sendiri. Dilihat dari kepemilikannya, TV Edukasi merupakan stasiun televisi publik dengan anggaran dana yang berasal dari APBN (Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara). Sama halnya dengan TVRI, TV Edukasi tidak memberikan *slot* iklan dari luar untuk

mencari keuntungan dan tidak memiliki pesaing khusus dalam hal merebut banyak khalayak.

Strategi manajemen media penyiaran yang diterapkan oleh TV Edukasi menjadi penting sebagai bentuk pertanggung-jawaban terhadap pemerintah. Pada dasarnya siaran TV Edukasi merupakan salah satu upaya pemerintah untuk meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia melalui media pembelajaran yang baru yaitu televisi. Dengan dana dari APBN, bagaimana TV Edukasi memaksimalkan manajemennya agar masyarakat mengenal, menonton, dan memanfaatkan siaran yang disajikan. Hadirnya TV Edukasi menawarkan inovasi media belajar yang baru bagi masyarakat. TV Edukasi menjadi alternatif media pembelajaran yang lain di samping kegiatan belajar secara konvensional di sekolah.

Berangkat dari hal tersebut, kajian ini dimaksudkan untuk menganalisis manajemen penyiaran yang dijalankan TV Edukasi guna menjawab tantangannya sebagai media yang baru dalam pembelajaran. Penelitian dibatasi pada manajemen yang dijalankan dalam kurun waktu periode tahun 2016 sampai 2017. Studi ini berfokus pada analisis strategi program, pemasaran, dan teknis penyiarannya sebagai televisi pendidikan. Bagaimana agar program siaran televisi pendidikan tidak hanya sekadar diterima dan dikenal oleh masyarakat, tetapi juga dapat dimanfaatkan terkait dengan fungsinya sebagai media pendidikan.

B. Rumusan Masalah

Pemerintah membentuk TV Edukasi sebagai upaya menyediakan medium yang baru bagi masyarakat untuk belajar melalui siaran televisi pendidikan. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi manajemen media penyiaran yang dijalankan oleh TV Edukasi sebagai televisi pendidikan.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan secara tertulis dan mendalam bagaimana strategi manajemen pada media penyiaran TV Edukasi sebagai televisi pendidikan. Manajemen yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah pengaturan dan pelaksanaan kegiatan penyiaran yang mencakup tiga pilar utama, yaitu manajemen program, manajemen pemasaran, dan manajemen teknis.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam pengkajian institusi televisi, khususnya tentang strategi manajemen pada media penyiaran televisi pendidikan. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan referensi bagi calon peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik munculnya stasiun televisi yang secara khusus menyiarkan program pendidikan. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam menyusun strategi manajemennya, bagaimana agar dapat menghasilkan kualitas yang semakin baik dari segi tayangan program, pemasaran, dan teknis penyiarannya. Selain itu, penelitian ini juga bisa menjadi bahan bacaan yang berisi wawasan dan mengenalkan kepada masyarakat tentang adanya siaran televisi yang mendidik.

E. Tinjauan Pustaka

Beberapa penelitian dan karya ilmiah yang terkait dengan tema strategi manajemen media televisi dan kajian tentang keberadaan TV Edukasi telah dilakukan. Sejauh pengetahuan peneliti, berikut ini beberapa penelitian dan kajian terdahulu tersebut.

Skripsi karya Ari Puguh Sulistya tahun 2014, Program Studi Televisi dan Film ISI Surakarta, yang berjudul *Strategi Manajemen Media Penyiaran MTV (Music Television)*. Penelitian yang dilakukan Ari membahas permasalahan yang sama dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu mengenai strategi manajemen media penyiaran. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada objek penelitian. MTV merupakan stasiun televisi musik, sedangkan penelitian akan dilakukan terhadap televisi pendidikan. Maka strategi manajemen pada dua institusi tersebut akan berbeda.

Skripsi Karya Umi Dwi Pratiwi tahun 2013, Progam Studi Televisi dan Film ISI Surakarta, dengan judul *Strategi Manajemen Media Penyiaran TVKU Sebagai Televisi Pendidikan Alternatif*. Penelitian ini memiliki persamaan pada ranah kajian yaitu institusi televisi pendidikan, dimana penelitian yang dilakukan Umi membahas tentang manajemen penyiaran yang diterapkan TVKU sebagai media pendidikan alternatif. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada objek kajian secara spesifik. TVKU merupakan stasiun televisi kampus di Semarang yang pernah berafiliasi dengan Pustekkom untuk merelai siaran TV Edukasi. Sedangkan penelitian dilakukan pada TV Edukasi yang memiliki status sebagai stasiun televisi induk yang memproduksi program siarannya sendiri dengan jangkauan siar nasional.

Karya ilmiah Herry Kuswita, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul Jakarta yang berjudul “Strategi Penyajian Program Pendidikan di Televisi Edukasi” dalam *Jurnal Komunikologi Volume 11 Nomor 1, Maret 2014*. Karya ilmiah berbasis penelitian ini memiliki objek kajian yang sama yaitu TV Edukasi. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Televisi Edukasi melakukan penyajian Program Pendidikan dengan menentukan format sajian program pendidikan yang meliputi tata panggung, pemeran/pemain, tema, narasumber, musik, dan penonton/*audience*. Perbedaannya adalah pada substansinya, penelitian dilakukan terhadap manajemen penyiaran TV Edukasi yang merupakan dapur dibalik sajian program yang diteliti oleh Herry Kuswita sampai dengan disiarkan.

Karya ilmiah Herry Kuswita, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul Jakarta yang berjudul “Perencanaan dan Produksi Program Pendidikan di

Televisi Edukasi” dalam *Jurnal Komunikologi Volume 11 Nomor 2, September 2014*. Karya ilmiah berbasis penelitian ini sama-sama memilih TV Edukasi sebagai objek kajian, namun memiliki substansi yang berbeda. Herry menyimpulkan bahwa tahapan produksi program pendidikan di TV Edukasi dilakukan sesuai dengan teori yang ada mulai dari saat pra produksi sampai pasca produksi, sehingga program yang ditayangkan benar-benar sudah memenuhi standar program televisi layak tayang. Penelitian yang dilakukan Herry hanya berfokus pada bagaimana TV Edukasi merencanakan dan memproduksi program siarannya, berbeda dengan penelitian yang dilakukan, yang juga membahas pemasaran dan teknis penyiarannya.

Karya ilmiah Toar Christian Onibala yang berjudul “Tanggapan Masyarakat dengan Hadirnya *Channel* TV Edukasi di Indonesia (Studi Pada Masyarakat Jaga IV Desa Kalasey I Kecamatan Mandolang Kabupaten Minahasa)” dalam *Jurnal Acta Diurna Volume IV No.1, tahun 2015*. Karya ilmiah berbasis penelitian ini merupakan ranah kajian khalayak televisi dengan kesimpulan bahwa Channel TV Edukasi yang disponsori oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan ternyata sangat baik dan bermanfaat bagi masyarakat. Penelitian ini digunakan oleh peneliti sebagai tinjauan bahwa TV Edukasi diterima baik oleh masyarakat sebagai khalayak.

Sejauh pengetahuan peneliti, belum ada penelitian yang membahas strategi manajemen media penyiaran pada TV Edukasi. Ditemukan beberapa penelitian mengenai strategi manajemen media penyiaran tetapi pada objek kajian yang berbeda. Ditemukan juga beberapa penelitian terhadap objek yang sama yaitu TV

Edukasi, namun memiliki substansi penelitian yang berbeda. Oleh karena itu penelitian yang akan dilakukan terhadap strategi manajemen media penyiaran TV Edukasi bersifat baru dan belum ada yang meneliti sebelumnya.

F. Kerangka Pikir

1. Strategi Manajemen

Strategi dapat didefinisikan sebagai penentuan dari tujuan dasar jangka panjang dan sasaran sebuah perusahaan, dan penerimaan dari serangkaian tindakan serta alokasi dari sumber-sumber yang dibutuhkan untuk melaksanakan tujuan tersebut.³ Strategi dapat diartikan sebagai taktik atau rencana yang cermat yang dijalankan untuk mencapai sasaran khusus. Sedangkan manajemen berasal dari kata Perancis kuno, *menagement* yang berarti sebuah pelaksanaan dan pengaturan. Manajemen dapat didefinisikan sebagai sebuah proses, perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien.⁴ Strategi manajemen merupakan serangkaian taktik yang direncanakan sedemikian rupa dalam pengaturan dan pengorganisasian sumber daya untuk mencapai satu tujuan. Sumber daya yang dimaksudkan adalah segala sesuatu baik yang berwujud maupun tidak, yang digunakan untuk mencapai hasil, misalnya sumber daya manusia, peralatan, waktu, dan informasi.

³ Andi Fachruddin. 2016. *Manajemen Pertelevision Modern*. Yogyakarta: Andi Offset. hal. 7

⁴ R. Griffin, Business (Cetakan VIII: Prentice Hall, 2006) sebagaimana dikutip Andi Fachrudin. 2016. hal. 8

2. Manajemen Media Penyiaran

Sebagai landasan dalam menganalisis strategi manajemen yang diterapkan di TV Edukasi, peneliti menggunakan konsep mengenai manajemen media penyiaran yang ditulis oleh Morissan dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Media Penyiaran* tahun 2011. Morissan menjelaskan bahwa tiga pilar utama yang merupakan fungsi vital dalam manajemen media penyiaran adalah program, pemasaran, dan teknis. Selain itu juga didukung dengan buku yang ditulis Andi Fachrudin tahun 2016 dengan judul *Manajemen Pertelevision Modern* sebagai landasan menganalisis pokok-pokok penting di dalam manajemen program, pemasaran, maupun teknis. Maka kerangka pikir dalam penelitian berfokus pada tiga poin utama tersebut.

a. Program

Kata “program” berasal dari bahasa Inggris, *programme*, yang berarti acara atau rencana.⁵ Program dalam arti acara dapat dimaknai berupa produk program yang diproduksi dan disajikan oleh stasiun penyiaran, sedangkan dalam arti rencana dapat dimaknai sebagai rancangan yang akan dijalankan. Manajemen stasiun televisi dilaksanakan oleh pengelola program dengan menerapkan strategi program. Strategi program ditinjau dari aspek manajemen atau sering disebut dengan manajemen strategis (*management strategic*) program siaran terdiri dari:⁶

⁵ Morissan. 2011. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana. hal. 210

⁶ Morissan. 2011. hal. 273

1) Perencanaan Program

Pada stasiun televisi, perencanaan program diarahkan pada produksi program yaitu program apa yang akan diproduksi, pemilihan program yang akan dibeli (akuisisi), dan penjadwalan program untuk menarik sebanyak mungkin audien yang tersedia pada waktu tertentu. Beberapa faktor dalam merencanakan program acara televisi antara lain :

- a) Peta persaingan stasiun televisi.
- b) Ketersediaan penonton, kebiasaan penonton, aliran penonton, ketertarikan penonton.
- c) Ketertarikan pemasang iklan.
- d) Ketersediaan anggaran stasiun televisi.
- e) Ketersediaan program televisi.

Berdasarkan beberapa faktor yang telah dijabarkan, maka manajemen program stasiun televisi dapat merancang strategi perencanaan program apa saja yang akan disajikan dan bagaimana formatnya, memproduksi atau membeli program, dan bagaimana susunan atau pola penayangannya.

2) Produksi dan Pembelian Program

Manajer program bertanggungjawab melaksanakan rencana program yang sudah ditetapkan dengan cara memproduksi sendiri atau membeli dari sumber lain (akuisisi). Strategi penentuan sumber program dapat

ditentukan dengan pertimbangan anggaran dan sumber daya yang tersedia pada stasiun televisi. Berdasarkan sumbernya, program televisi diklasifikasikan menjadi dua, yaitu produksi sendiri dan pembelian program.

a) Produksi Sendiri

Program yang dibuat sendiri (*in-house production*) adalah program-program yang direncanakan dan diproduksi sendiri oleh stasiun TV dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan peralatannya sendiri untuk disiarkan.

b) Pembelian Program

Stasiun TV juga bisa menyiarkan program yang dibeli oleh pihak lain. Program yang diperoleh melalui pembelian ini disebut dengan akuisisi program. Program-program tersebut bisa dibeli dari beberapa pihak, seperti Rumah Produksi (PH), stasiun TV lokal, perusahaan film besar, perusahaan sindikasi, pemasang iklan, dan distributor atau pemasok program dari luar negeri.

3) Eksekusi Program

Eksekusi program mencakup kegiatan menjadwalkan program sesuai rencana yang sudah ditetapkan. Pembagian waktu siaran program harus direncanakan dengan sebaik-baiknya, hal ini berkaitan dengan

ketersediaan audien yang akan menontonnya. Menentukan jadwal penayangan harus memperhatikan perilaku menonton audien, sehingga program yang dibuat tepat dengan sasaran audien yang dituju. Berikut ini adalah penjelasan mengenai komposisi audien yang terbentuk pada waktu-waktu tertentu setiap harinya.⁷

Tabel 1. Komposisi Audien
(Sumber: Morissan, 2011)

BAGIAN HARI	AUDIEN TERSEDIA
Pagi Hari (06.00 - 09.00)	Anak-anak, ibu rumah tangga, pensiunan, pelajar, dan karyawan yang berangkat ke kantor
Jelang Siang (09.00 - 12.00)	Anak-anak prasekolah, ibu rumah tangga, pensiunan dan karyawan yang bertugas secara giliran (shift)
Siang Hari (12.00 - 16.00)	Karyawan yang makan siang di rumah, pelajar yang pulang dari sekolah
Sore Hari (<i>early fringe</i>) (16.00 - 18.00)	Karyawan yang pulang dari tempat kerja, anak-anak, dan remaja
Awal Malam (<i>early evening</i>) (18.00 - 19.00)	Hampir sebagian audien tersedia menonton TV
Jelang Waktu Utama (<i>prime acces</i>) (19.00 - 20.00)	Seluruh audien tersedia menonton TV pada waktu ini
Waktu Utama (<i>prime time</i>) (20.00 - 23.00)	Seluruh audien tersedia pada waktu ini utamanya antara pukul 20.00-21.00
Jelang Tengah Malam (<i>late fringe</i>) (23.00 - 23.30)	Umumnya orang dewasa
Akhir Malam (<i>late night</i>) (23.00 - 02.00)	Orang dewasa, termasuk karyawan yang bertugas giliran (shift)

Berdasarkan kepentingan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, maka penata program bertanggung jawab menyusun

⁷ Morissan. 2011. hal. 296

strategi siaran untuk merebut perhatian penonton dan pemasang iklan. Beberapa macam strategi dalam memenjadwalkan penayangan program yaitu:⁸

- a) *Lead off*, yaitu menempatkan program terbaik di posisi awal *daypart* untuk menarik perhatian penonton sebesar mungkin.
- b) *Lead in*, yaitu menempatkan program yang bagus sebelum program baru atau yang sedikit jumlahnya.
- c) *Dayparting*, yaitu penjadwalan program televisi menurut pembagian waktu menjadi beberapa bagian. Program ini sangat mempertimbangkan target audiensi tertentu pada *slot* waktu tersebut, misalnya pagi, siang, sore, atau malam hari.
- d) *Stacking*, yaitu satu teknik yang digunakan untuk mempengaruhi audiensi dengan cara mengelompokkan bersama beberapa program dengan tema yang mirip.
- e) *Block Programming*, yaitu menempatkan program yang sama (*genre*) secara berurutan untuk mempertahankan penonton.
- f) *Counter Programming*, yaitu langkah perancangan satu program tandingan terhadap satu program yang berhasil dari stasiun penyiaran lain pada satu periode tayang tertentu dengan tujuan menarik audien dari stasiun pesaing tersebut.
- g) *Tentpoling*, yaitu langkah penayangan program acara yang baru sebelum dan setelah satu program unggulan yang mempunyai audien

⁸ Andi Fachruddin. 2016. hal. 172

cukup besar. Penempatan program baru ini akan membuat audien berkesempatan melihat tayangan cuplikannya, sehingga diharapkan audien tidak berpindah *channel*.

- h) *Hammocking*, yaitu strategi yang mirip dengan *tentpoling*, tetapi satu program baru atau *show* tersebut ditempatkan diantara dua program unggulan yang mempunyai audien cukup besar.
- i) *Crossprogramming*, yaitu pemilihan jenis program berikut dalam urutan jadwalnya dari penayangan satu program yang mempunyai relevansi tema.
- j) *Hotswitching*, yaitu strategi menghapuskan jeda *commercial break* pada saat suatu program akan berakhir dan langsung menayangkan program lainnya. Langkah ini ditempuh dengan harapan penonton tidak sempat mengganti *channel* televisi.
- k) *Head to Head*, yaitu strategi stasiun televisi mencoba menarik penonton yang tengah menonton program televisi saingan untuk pindah ke stasiun sendiri dengan menyajikan program yang sama formatnya dengan televisi saingan itu.
- l) *Live event*, yaitu strategi program yang menayangkan langsung siaran suatu peristiwa penting, aktual, menarik, dan memiliki nilai jual yang tinggi, baik *live news*, maupun *live sport event*.
- m) *Rerun programe*, yaitu strategi mengulang siaran program dengan tujuan pembentukan citra (*image forming*), melayani audience fanatik, efisiensi biaya dan lain sebagainya.

n) *Dedicate slot*, yaitu strategi program yang bertujuan untuk menjaga loyalitas penontonnya (program spesial) dengan menempatkan *slot* yang diperuntukkan bagi sebuah program tertentu, misalnya program pertandingan final *World Cup*.

4) Pengawasan dan Evaluasi Program

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh sebuah rencana dan tujuan dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen, dan karyawan. Pengawasan harus dilaksanakan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif. Kegiatan evaluasi juga penting dilakukan untuk mengetahui program-program apa saja yang harus dikembangkan agar menghasilkan program-program unggulan.

b. Pemasaran

Pengertian pemasaran adalah kegiatan atau proses yang berkaitan dengan memperkenalkan produk barang atau layanan kepada pelanggan (yang dianggap) potensial.⁹ Manajemen pemasaran adalah kegiatan manajemen yang pada intinya berusaha untuk mengidentifikasi apa sesungguhnya yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen, mengetahui mangsa pasar, membentuk citra perusahaan, peningkatan target pendapatan, dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan. Ruang lingkup manajemen pemasaran

⁹ Hidajanto Djamal, Andi Fachruddin. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana. hal.158

pada industri televisi mencakup citra stasiun televisi, direktorat pemasaran dan penjualan, dan direktorat hubungan kerja sama.¹⁰

1) Citra Stasiun Televisi

Citra dapat diartikan sebagai kesan, gambar, atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan sebenarnya) mengenai berbagai kebijakan, personel, produk, atau jasa-jasa suatu organisasi atau perusahaan.¹¹ Dalam dunia televisi, citra adalah nilai yang melekat pada stasiun televisi dan berfungsi untuk menjaring sekaligus melayani penonton. Apapun program yang disiarkan televisi akan ditangkap oleh penonton dan menumbuhkan penilaian terhadap stasiun televisi itu sendiri. Karena itu dalam pembentukan citra ini manajemen pemasaran tetap berkesinambungan dengan manajemen programnya. Pada dasarnya, citra adalah konsistensi dari visi misi yang telah dicanangkan di awal berdirinya stasiun televisi.

Dalam upaya membangun citranya di masyarakat, penting bagi stasiun televisi untuk mempromosikan keunggulan programnya kepada khalayak. Promosi program akan membujuk penonton untuk menyaksikan program-program yang ditayangkan, membangun citra, dan sekaligus menarik perhatian klien untuk membeli *slot* iklan yang

¹⁰ Andi Fachruddin. 2016. hal. 21

¹¹ Jefkins, Frank. 1998. *Public Relations*, Edisi ke 5: Erlangga, sebagaimana dikutip Andi Fachruddin. 2016. hal. 67

menghasilkan pemasukan. Metode promosi yang biasa digunakan oleh media televisi terbagi menjadi dua yaitu:

a) *Promo On Air*

Promo on air adalah seluruh bentuk promosi program yang dilakukan oleh stasiun televisi dengan menggunakan fasilitas layar televisinya sendiri. Beberapa bentuk promosi program yang biasa ditayangkan stasiun televisi antara lain; *trailer, tag on, running text, supper impose, teaser, penyiar continuity*, dan *station ID*.

b) *Promo Off Air*

Promosi *off air* adalah strategi televisi untuk menggunakan media lain selain layar kaca sebagai media promosinya. Beberapa bentuk promosi *off air* di antaranya menggunakan media cetak, internet, papan reklame, pameran, pamflet/brosur, spanduk, dan pelayanan masyarakat.

2) Direktorat Pemasaran dan Penjualan

Direktorat pemasaran dan penjualan di dalam suatu perusahaan media televisi memiliki tanggung jawab terhadap pemasukan iklan dan usaha pencapaian target penjualan. Tugas dari direktorat pemasaran dan penjualan adalah menerapkan strategi pemasaran dan penjualan sehingga mampu meyakinkan karakteristik produk tersebut kepada konsumen. Produk yang dijual oleh stasiun televisi adalah *slot* iklan, dan

konsumennya adalah pengiklan yang akan memberikan pemasukan. Hal ini berkesinambungan juga dengan citra stasiun televisi di mana penonton berlaku sebagai konsumen, stasiun televisi memasarkan program yang bagus untuk menarik banyak penonton yang kemudian menarik pengiklan untuk membeli *slot* iklan kepada stasiun televisi yang bersangkutan.

3) Direktorat Hubungan Kerjasama

Departemen hubungan kerjasama masyarakat (humas) memiliki ruang lingkup kerja menangani kegiatan-kegiatan yang terkait dengan komunikasi, hubungan kerjasama, dan hubungan perusahaan dalam upaya membangun citra perusahaan. Dalam aspek manajemen pemasaran televisi, humas memiliki fungsi menciptakan, memelihara, dan mengembangkan hubungan dengan pihak lain melalui pengelolaan dan penyebaran informasi yang tepat untuk meningkatkan citra stasiun televisi itu sendiri.

Dalam penyebaran informasi, humas menjalankan fungsi publisitas, yaitu menempatkan informasi yang berkaitan dengan dirinya di media massa. Penyampaian informasi di media massa dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu :

- a) Konferensi pers (*press conference*), atau jumpa pers, yaitu suatu pertemuan khusus dengan pihak pers yang bersifat resmi untuk

menjelaskan permasalahan yang sedang dihadapi, atau kegiatan penting dan besar yang akan atau sudah dilakukan perusahaan.

- b) Wisata pers (*press tour*), yaitu mengajak wartawan dari berbagai media massa untuk mengikuti perjalanan pejabat perusahaan dengan tujuan meliput secara langsung kegiatan yang dilaksanakan.
- c) Resepsi pers (*pers reception*), yaitu mengundang wartawan dalam sebuah resepsi atau acara baik formal maupun informal untuk meningkatkan tali silaturahmi.

c. Teknis

Terselenggaranya proses penyiaran televisi ditentukan oleh tiga unsur yang menghasilkan siaran, yaitu studio, *transmitter*, dan pesawat penerima yang disebut sebagai trilogi penyiaran.¹² Studio televisi menjadi tempat produksi informasi/program sekaligus menyiarkan, yaitu mengubah ide dan/atau gagasan menjadi bentuk pesan, baik gambar maupun suara, mengirimnya melalui *transmitter* untuk selanjutnya diterima oleh antena pada pesawat televisi sehingga dinikmati oleh penonton dalam bentuk sajian acara. Keberlangsungan stasiun televisi untuk mengudara memerlukan strategi manajemen teknis yang tepat agar bisa diterima khalayak yang dituju. Manajemen teknis penyiaran stasiun televisi meliputi bagaimana sistem penyiarnya agar dapat diterima oleh khalayak. Sistem penyiaran televisi dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu:

¹² Andi Fachruddin. 2016. hal. 329

1) Sistem Terrestrial (*Terrestrial System*)

Sistem penyiaran terrestrial adalah sistem transmisi siaran di atas tanah, pemancaran dari satu *microwave* ke *microwave* yang lain menggunakan frekuensi *Super High Frequency* (SHF) yang memiliki karakter tidak dapat diganggu oleh benda keras seperti pohon, gedung tinggi, dan gunung. Karena itu, *microwave links* ditempatkan pada daerah yang tinggi seperti gunung, bukit, dan gedung yang tinggi. Sistem penyiaran terrestrial banyak digunakan oleh stasiun televisi swasta komersial.

2) Sistem Satelit (*Sattelite System*)

Direct Broadcasting Satellite System memungkinkan penonton menerima sinyal audio dan video langsung dari satelit, karena daya pancarnya yang sangat besar. Siaran televisi satelit hanya dapat diterima oleh TVRO (*television receive only*) atau antena parabola.

3) Sistem Televisi Kabel (*Cable System*)

Pada sistem televisi kabel, transmisi sinyal langsung dikirim melalui kabel ke rumah-rumah. Gambar dan suara disalurkan langsung dari menara transmisi dengan media kabel.

3. Televisi Pendidikan

Sebagai tinjauan mengenai televisi pendidikan, peneliti menggunakan buku yang ditulis oleh Darwanto yang berjudul *Televisi Sebagai Media Pendidikan* tahun 2007. Buku ini juga digunakan sebagai landasan dalam analisis pokok TV Edukasi sebagai televisi pendidikan. Televisi pendidikan merupakan media penyiaran televisi yang menyiarkan program-program pendidikan yang sifatnya menghibur dengan berbagai format sajian. Dalam kegiatan pembelajaran, televisi pendidikan berperan sebagai guru yang menyampaikan materi pembelajaran berbentuk program siaran dengan unsur-unsur di dalamnya yang mencakup konten dan pembawa acaranya.

a. Klafisikasi Siaran Pendidikan

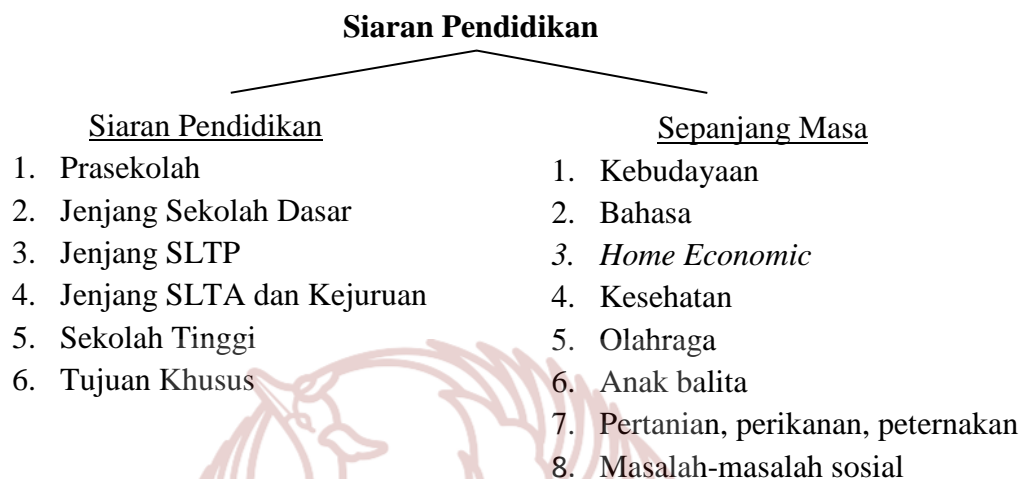
1) Siaran pendidikan sekolah (*school broadcasting*)

Siaran pendidikan sekolah memiliki sasaran para pelajar TK sampai perguruan tinggi. Secara teknis siaran dikirim ke sekolah-sekolah yang bersangkutan. Materi siaran pendidikan sekolah berlandaskan pada kurikulum yang berlaku saat itu. Karena itu, siaran pendidikan sekolah memerlukan kerja sama dengan Departemen Pendidikan Nasional.

2) Siaran pendidikan sepanjang masa (*life long education*)

Siaran pendidikan sepanjang masa berlandaskan pada nilai-nilai pendidikan yang menjadi sasarannya yaitu khalayak umum. Tujuan dari

siaran ini adalah untuk mendorong khalayak sasaran agar terus belajar dalam ruang lingkup lebih luas tentang berbagai aspek sosial, seni, sastra, dan hobi.



Gambar 1. Bagan Klasifikasi Siaran Pendidikan
(Sumber: Darwanto, 2011)

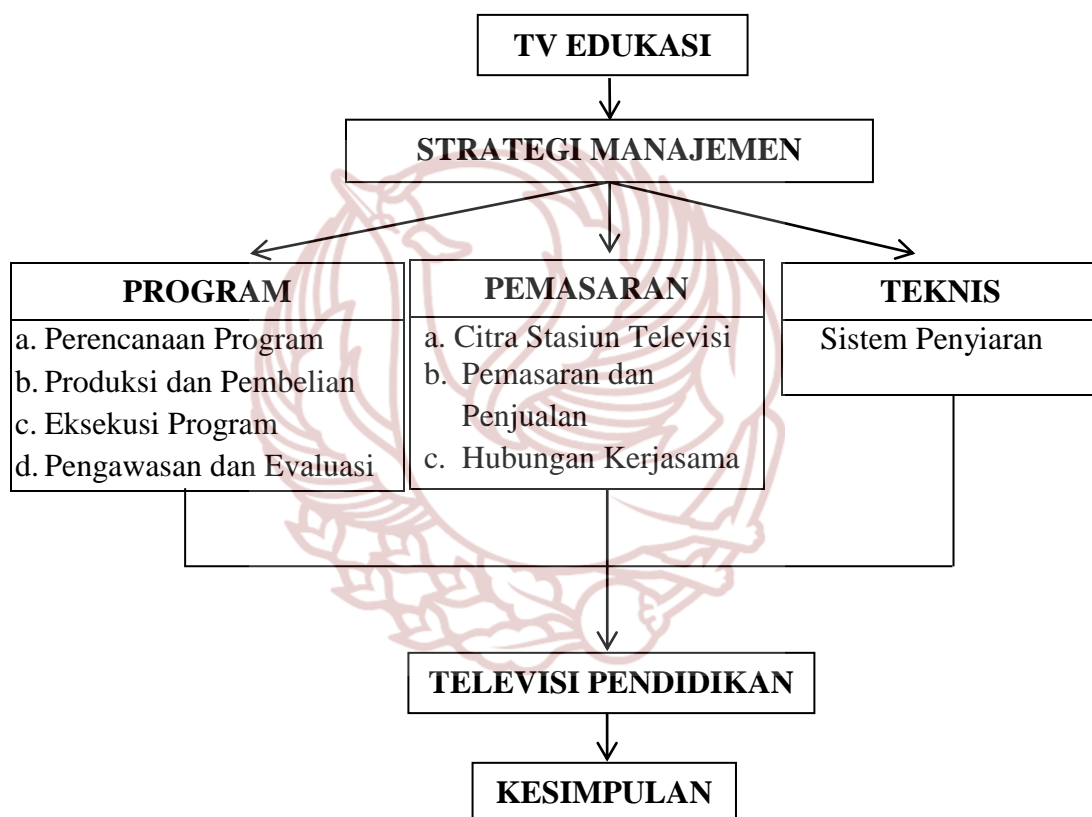
b. Alokasi Waktu Penyiaran

Alokasi waktu siaran televisi pendidikan menyesuaikan dengan target audien program tersebut. Siaran untuk anak sekolah disesuaikan dengan proses belajar mengajar, sedangkan untuk orang dewasa disesuaikan dengan waktu senggang. Durasi penyiaran juga menentukan keberhasilan sebuah program khususnya pada program pembelajaran. Hal tersebut bersangkutan dengan kemampuan konsentrasi penonton dalam memperhatikan program yang ditayangkan. Prof. Yishi Nishimoto membagi standar lama penyiaran yang efektif untuk siaran pendidikan sebagai berikut :¹³

¹³ Darwanto. 2007. *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal. 142

- 1) Program siaran untuk anak usia kurang dari 10 tahun adalah 10-15 menit
- 2) Program siaran untuk anak berusia lebih dari 10 tahun adalah 15-20 menit
- 3) Program siaran untuk orang dewasa lebih dari 20 menit

4. Alur Pikir Penelitian



Alur pikir penelitian disusun sebagai pemahaman dan analisis untuk menjawab permasalahan dalam penelitian. Penelitian ini berangkat dari hadirnya TV Edukasi yang merupakan stasiun televisi milik pemerintah yang berfungsi untuk menyiarkan program-program pendidikan. Di dalam TV Edukasi diteliti strategi manajemennya yang terdiri dari manajemen program, pemasaran, dan teknis. Kemudian dianalisis bagaimana strategi manajemen

yang mencakup tiga pilar tersebut diterapkan pada TV Edukasi sebagai televisi pendidikan. Tahap akhir dari penelitian ini adalah penarikan kesimpulan terhadap strategi manajemen media penyiaran TV Edukasi sebagai televisi pendidikan.

G. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa.¹⁴ Penelitian kualitatif menghasilkan prosedur analisis secara deskriptif (dideskripsikan) dan tidak menggunakan prosedur analisis statistik.

1. Objek Kajian

Objek yang dikaji pada penelitian ini adalah TV Edukasi, sebuah unit bidang yang dimiliki oleh Pustekkom. TV Edukasi merupakan media penyiaran televisi pendidikan yang bertempat di Jl. RE Martadinata KM 5.5, Ciputat, Tangerang Selatan, Banten. TV Edukasi menyajikan program-program pendidikan untuk pelajar berbagai jenjang pendidikan dan untuk masyarakat yang berprofesi sebagai tenaga pendidik. Siaran TV Edukasi dapat diterima melalui televisi dengan perangkat antena parabola (TVRO) dan *streaming* internet. TV Edukasi juga direlai (disiarkan kembali) oleh

¹⁴ Lexy J. Moleong. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. hal.6

beberapa televisi lokal di seluruh Indonesia sehingga tetap dapat dinikmati oleh khalayak yang tidak memiliki TVRO.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.¹⁵ Data primer menjadi sumber data yang pokok atau data yang utama untuk dialisis. Data primer dalam penelitian ini berupa hasil wawancara, hasil observasi, serta arsip yang mendukung yang diberikan oleh narasumber kepada peneliti. Data hasil wawancara berupa uraian-uraian jawaban dari narasumber atas setiap pertanyaan yang peneliti berikan terkait dengan TV Edukasi. Wawancara dilakukan kepada tiga narasumber utama yang menangani beberapa substansi penelitian, yaitu Hairun Nissa, S.Pd., (35 tahun) selaku Anggota Tim Peran angan Program TV Edukasi, Arie Nugraha, M.Si., (30 tahun) selaku Koordinator MCR TV Edukasi, dan Hermanto, S.S., (45 tahun) selaku Kepala Subbagian Penyiaran dan Pengendalian bidang PTP berbasis RTF, Pustekkom.

Data hasil observasi berupa uraian dan poin-poin yang peneliti dapatkan berdasarkan pengamatan secara langsung terhadap objek kajian yang penulis himpun dalam catatan observasi. Selain itu, data primer juga berupa arsip milik Pustekkom yang didapatkan langsung dari narasumber pada saat

¹⁵ Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hal. 225

observasi dan wawancara. Arsip yang menjadi data primer penelitian ini antara lain Data Kerjasama Pustekkom, Pola Siar TV Edukasi, dan arsip Evaluasi Perancangan dan Produksi TV Edukasi.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung untuk melengkapi data primer. Data sekunder penelitian ini didapatkan dari buku terbitan Pustekkom yang berisi profil dan hal-hal yang berkaitan dengan penyiaran TV Edukasi, serta data dari situs *website* resmi Pustekkom dan TV Edukasi.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan beberapa metode antara lain :

a. Observasi

Observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dapat menghasilkan data berdasarkan fakta dan kenyataan yang didasarkan atas pengalaman secara langsung. Sebagian besar penelitian ini menggunakan jenis observasi partisipatif, yakni peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari objek yang diteliti sambil melakukan pengamatan. Dengan observasi partisipatif ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak.¹⁶

¹⁶ Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. hal. 64

Observasi dilakukan secara langsung pada bulan November sampai dengan Desember 2016 di lokasi objek kajian, yaitu TV Edukasi Pustekkom yang berada di Jl. RE Martadinata KM 5,5 Ciputat Tangerang Selatan, Banten. Peneliti mengamati bagaimana cara kerja manajemen penyiaran di TV Edukasi pada bagian program, pemasaran, dan teknik penyiarannya.

b. Wawancara

Wawancara adalah metode penelitian dengan cara tanya jawab dengan narasumber untuk memperoleh data yang diperlukan. Penelitian ini menggunakan dua jenis wawancara, yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tak berstruktur atau wawancara terbuka, yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.¹⁷

Wawancara tidak terstruktur dilakukan secara spontan oleh peneliti pada saat observasi untuk mendapatkan informasi dan data yang harus diteliti lebih lanjut melalui wawancara terstruktur. Teknik ini dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa pegawai TV Edukasi dan Pustekkom. Wawancara tidak terstruktur juga menghasilkan data kepada peneliti berupa arsip Pustekkom yang dapat dianalisis.

Dalam penelitian ini wawancara terstruktur dilakukan terhadap beberapa narasumber yaitu Hairun Nissa, S.Pd., selaku Tim Perancangan Program TV Edukasi pada 11 Januari 2017. Arie Nugraha, M.Si., selaku Koordinator

¹⁷ Sugiyono. 2012. hal.74

MCR TV Edukasi pada 21 Desember 2016. Hermanto, S.S., selaku Kepala Subbagian penyiaran dan Pengendalian bidang PTP berbasis RTF Pustekkom pada 3 Mei 2017.

c. Studi Dokumen dan Rekaman

Data juga didapatkan dari dokumen-dokumen yang mendukung. Dokumen yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah data dokumentasi kegiatan Pustekkom atau arsip-arsip yang dimiliki oleh Pustekkom, di antaranya Data Kerjasama, Pola Siar TV Edukasi, dan Data Evaluasi Perancangan dan Produksi TV Edukasi. Data rekaman berupa data beberapa video program siaran yang ditayangkan oleh TV Edukasi. Program yang dipilih mewakili masing-masing klasifikasi program siaran TV Edukasi, di antaranya program instruksional, motivasional, budaya, pendidikan karakter, hiburan dan kreativitas, serta informasi pendidikan.

4. Kredibilitas Data

Dalam penelitian kualitatif, kredibilitas merupakan salah satu kriteria tingkat keabsahan data atau kepercayaan terhadap data yang dikumpulkan. Uji kredibilitas data dalam sebuah penelitian dapat diperoleh dengan menggunakan metode triangulasi, yaitu pengecekan data dari berbagai sumber dan berbagai waktu. Metode yang dipilih oleh peneliti adalah metode triangulasi teknik. Metode ini dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa teknik untuk dideskripsikan dan

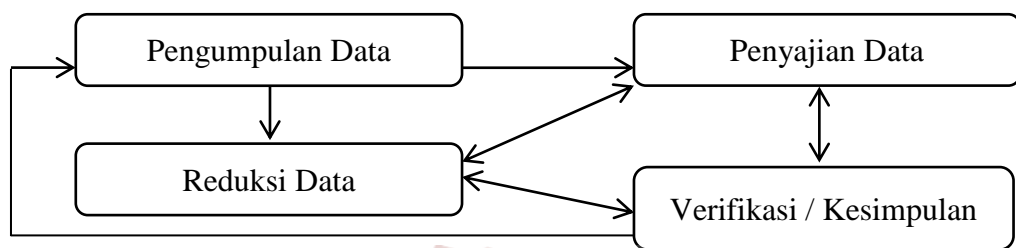
dikategorisasikan, mana jawaban yang sama, berbeda, dan mana yang spesifik.

Dalam penelitian ini metode triangulasi teknik diterapkan dengan cara mengecek data yang bersumber dari hasil wawancara, arsip Pustekkom yang diperoleh, dan hasil observasi. Peneliti melakukan observasi terhadap perencanaan program, kegiatan promosi, serta kegiatan penyiaran TV Edukasi. Kemudian peneliti melakukan wawancara, dan hasil wawancara tersebut disamakan dengan hasil observasi yang tercatat dalam catatan observasi. Salah satu contoh penerapan metode triangulasi data ini adalah pada penelitian mengenai penjadwalan program. Peneliti melakukan observasi terhadap jadwal siaran TV Edukasi, mengumpulkan dokumen susunan Pola Siar, dan melakukan wawancara kepada bagian penjadwalan program. Kemudian peneliti mencocokkan kesesuaian data dari tiga teknik pengumpulan yang berbeda tersebut untuk mendapatkan hasil analisis yang tepat mengenai penjadwalan program siaran TV Edukasi. Pengecekan data dari beberapa sumber tersebut akan menghasilkan penarikan kesimpulan yang tepat.

5. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis data interaktif Miles dan Huberman. Model analisis data kualitatif Miles dan Huberman dipilih karena sesuai dengan penelitian yang dilakukan,

yakni data yang muncul berupa kata-kata dan bukan susunan angka yang bersifat kuantitatif. Menurut Miles dan Huberman, terdapat tiga teknik analisis data kualitatif yang masing-masing berinteraksi dengan kegiatan pengumpulan data, yaitu:



Gambar 2. Bagan Komponen dalam Analisis Data (*interactive model*)
Model Miles and Huberman¹⁸

a. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggolongkan dan memilih data yang didapatkan dari hasil wawancara terhadap beberapa narasumber, catatan observasi, serta arsip yang mendukung. Data dari berbagai sumber tersebut dipilih mana yang penting, dan membuang data yang tidak penting.

b. Penyajian Data

Data yang telah direduksi selanjutnya disusun dan disajikan, sehingga memungkinkan adanya penarikan kesimpulan. Data yang didapatkan dari hasil wawancara dan observasi dikategorikan sehingga membentuk suatu pola

¹⁸ Miles and Huberman (1984) sebagaimana dikutip Sugiyono. 2012. hal. 92

untuk dianalisis. Hasil analisis dalam penelitian ini disajikan berupa teks naratif, tabel, dan grafik. Data berupa arsip yang didapatkan dari Pustekkom disajikan dan dianalisis kontennya untuk menghasilkan temuan baru yang dapat menjawab rumusan masalah penelitian ini.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Verifikasi pada penelitian ini diperoleh dengan melihat dan meninjau kembali hasil analisis yang telah disajikan untuk menarik kesimpulan. Penarikan kesimpulan dapat menjawab masalah yang telah dirumuskan dalam penelitian ini, yaitu bagaimana strategi manajemen media penyiaran yang diterapkan di TV Edukasi sebagai televisi pendidikan.

H. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan laporan penelitian ini, penulis membaginya dalam empat bab dan pada setiap babnya akan dirinci dalam beberapa subbab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan dasar-dasar pokok pembuatan penelitian yaitu terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka pikir, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TV EDUKASI PUSTEKKOM

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum mengenai TV Edukasi yang dimiliki oleh Pustekkom meliputi riwayat, visi dan misi, peranan dan

keunggulan, sistem penyiaran, sasaran khalayak dan materi siaran, dan sumber daya manusianya.

BAB III : STRATEGI MANAJEMEN MEDIA PENYIARAN TV EDUKASI SEBAGAI TELEVISI PENDIDIKAN

Bab ini berisi pembahasan bagaimana strategi manajemen TV Edukasi yang akan dibagi menjadi empat subbab pembahasan, yaitu;

- A. Program
- B. Pemasaran
- C. Teknis, dan
- D. Strategi Manajemen Media Penyiaran TV Edukasi Sebagai Televisi Pendidikan

BAB IV : PENUTUP

Bab ini berisi paparan tentang hasil kesimpulan sebagai jawaban atas rumusan masalah penelitian. Selain itu juga berisi saran atas hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

TV EDUKASI PUSTEKKOM

A. Pusat Teknologi Informasi dan Komunikasi Pendidikan dan Kebudayaan



Gambar 3. Logo Pustekkom
(Sumber: <http://pustekkom.kemdikbud.go.id/>,2017)

Pemerintah melakukan berbagai program untuk meningkatkan mutu pendidikan. Pada prinsipnya, upaya itu dilakukan dalam rangka memberikan layanan pendidikan berkualitas yang dapat menjangkau seluruh masyarakat seluas mungkin. Dengan demikian, setiap masyarakat Indonesia diharapkan dapat memperoleh layanan pendidikan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuannya. Pada tahun 1976 Menteri Pendidikan dan Kebudayaan membentuk tim TKPK (Teknologi Komunikasi untuk Pendidikan dan Kebudayaan) yang berkedudukan di Jakarta, Semarang, Yogyakarta, dan Surabaya. Kemudian pada tahun 1978 TKPK ditingkatkan menjadi Pusat Teknologi Komunikasi Pendidikan dan Kebudayaan (Pusat TKPK). Berdasarkan surat Keputusan Presiden nomor 27

tahun 1978 Pusat TKPK itu dikenal dengan nama Pustekkom. Sejak tahun 2000, Pustekkom memperluas lingkup kerjanya dengan menambahkan unsur teknologi informasi ke dalam bidang tugasnya, sehingga nama lembaga ini menjadi Pusat Teknologi Informasi dan Komunikasi Pendidikan, dengan akronim tetap Pustekkom. Sampai saat ini Pustekkom mempunyai 3 Balai Pengembang Media dan sejumlah Unit Pelaksanaan Teknis (UPT) di daerah berupa 20 Unit Pelaksanaan Teknis Daerah (UPTD) atau Balai Tekkom. Pada tahun 2005 Pustekkom berada langsung di bawah Sekretariat Jenderal Departemen Pendidikan Nasional sesuai dengan Permendiknas No. 23 Tahun 2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja Pusat-pusat di lingkungan Departemen Pendidikan Nasional.

Pustekkom hadir sebagai respon terhadap permasalahan pendidikan nasional dan berupaya menjadi bagian pemecahan masalah pendidikan nasional itu sendiri dengan mendayagunakan perkembangan ilmu dan teknologi yang begitu cepat terutama di bidang TIK.¹⁹ Upaya tersebut diwujudkan dengan berbagai kegiatan yang dijalankan seperti pelatihan pemanfaatan TIK bagi tenaga pengajar dan produksi berbagai media pembelajaran. Selain itu Pustekkom juga memiliki beberapa produk yang dijalankan sebagai upaya peningkatan kualitas dan pemerataan pendidikan di Indonesia, antara lain : produk pengembangan pendidikan berbasis internet yaitu Portal Rumah Belajar, Jardiknas, dan M-Edukasi; siaran Radio Edukasi; dan siaran TV Edukasi.

¹⁹ Departemen Pendidikan Nasional. 2007. *Sekilas Pustekkom, TVE, e-dukasi.net, dan PJJ*. Jakarta.: Pusat Teknologi Informasi dan Komunikasi Pendidikan. hal. 6

B. Riwayat TV Edukasi

Negara Indonesia meliputi wilayah dari Sabang sampai Merauke dengan lebih dari 17.000 pulau. Di pulau-pulau inilah tersimpan potensi sumber daya manusia yang diperlukan bagi kemajuan bangsa. Pemerintah (Depdiknas) menyadari bahwa bangsa yang begitu besar dan tersebar di berbagai pulau perlu diberi pendidikan yang layak. Untuk itu perlu dibangun berbagai sarana dan diadakan berbagai buku agar seluruh rakyat dapat menikmati pendidikan. Namun karena wilayah yang begitu luas proses pembangunan berjalan dengan lambat. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengatasi kendala itu adalah memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi.

Berkenaan dengan itu Menteri Pendidikan dan Kebudayaan menunjuk Pustekkom sebagai unit khusus yang menangani pendayagunaan teknologi pendidikan untuk melakukan persiapan-persiapan ke arah pemanfaatan media televisi guna mendukung peningkatan dan pemerataan pendidikan. Maka sejak tahun 1978 Pustekkom melaksanakan pengembangan dan produksi program-program media televisi pendidikan.²⁰

Sebagai produsen program-program acara televisi pendidikan, TV Edukasi perlu bekerjasama dengan institusi penyiaran untuk menayangkan programnya. Pada tahun 1980 Pustekkom melakukan kerjasama di bidang penyiaran program televisi pendidikan dengan TVRI. Program yang disiarkan sangat populer saat itu, yaitu serial *Aku Cinta Indonesia (ACI)*. Namun kerjasama tersebut tidak dapat

²⁰ Departemen Pendidikan Nasional. 2007. hal. 11

berlanjut karena adanya perbedaan-perbedaan dalam aspek kebijakan dan teknis. Kemudian pada tahun 1990-1995, Pustekkom melakukan kerjasama di bidang penyiaran dengan Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), televisi swasta yang pada awalnya dirancang sebagai televisi yang mengemban misi pendidikan. Kerjasama ini cukup berhasil tetapi harus berakhir karena pihak TPI telah mengubah kebijakan menjadi sebuah stasiun televisi komersial.

Menyadari begitu pentingnya siaran televisi pendidikan bagi bangsa Indonesia sesuai amanat UUD 1945 yaitu mencerdaskan kehidupan bangsa, maka pada tahun 2003 Depdiknas melalui Pustekkom mulai melakukan persiapan untuk mendirikan stasiun televisi yang khusus menyiarkan pendidikan. Dan pada tanggal 12 Oktober 2004, Menteri Pendidikan Nasional, Malik Fajar meresmikan Stasiun Televisi Pendidikan yang diberi nama TV Edukasi, atau biasa disebut dengan TVE.

TV Edukasi hadir di tengah masyarakat sebagai media pendidikan berbasis teknologi audio video berupa televisi. Dengan menyajikan siaran program-program pendidikan yang dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. TV Edukasi memposisikan diri sebagai guru dalam dunia pendidikan yang mengajarkan materi pembelajaran, pendidikan karakter, ketrampilan, dan kebudayaan.

C. Visi, Misi dan Logo TV Edukasi

1. Visi dan Misi TV Edukasi

Visi Televisi Edukasi adalah menjadi siaran televisi pendidikan yang santun dan mencerdaskan; sedangkan Misi Televisi Edukasi adalah menyiarkan program yang mencerdaskan masyarakat, menjadi teladan masyarakat, menyebarluaskan informasi dan kebijakan-kebijakan Depdiknas, dan mendorong masyarakat gemar belajar.

2. Logo dan Slogan TV Edukasi

Logo TV Edukasi yang dipakai saat ini diresmikan sejak tahun 2006. Tulisan “TV Edukasi” dibuat dengan model serong ke kanan memberikan arti menuju arah yang lebih baik, selalu berfikir ke depan dan maju dalam menghadapi era globalisasi. Warna kuning emas memberi arti kemegahan, melambangkan cita-cita yang luhur, dan prestasi yang gemilang.



Gambar 4. Logo TV Edukasi
(sumber: Dokumen Pustekkom, 2011)

Slogan TV Edukasi “Santun dan Mencerdaskan” memiliki arti bahwa TV Edukasi memberikan tayangan yang santun, dapat diterima oleh khalayak khususnya para peserta didik maupun praktisi pendidikan. Serta dapat mencerdaskan anak-anak Indonesia dengan tayangan-tayangan yang mendidik dan menginformasi.

D. Peranan dan Keunggulan TV Edukasi

TV Edukasi diharapkan menjadi sebuah sistem layanan pendidikan khusus yaitu sebagai upaya untuk menunjang program penuntasan wajib belajar. TV Edukasi diharapkan mampu memberikan layanan pendidikan khusus bagi para siswa pendidikan, terutama di daerah-daerah pinggiran dan terpencil yang tidak mampu dijangkau oleh layanan pendidikan secara konvensional. Selain itu dengan kemampuan jangkauan dan kemudahan untuk mengaksesnya, memungkinkan TV Edukasi menjadi penunjang upaya peningkatan mutu dan perluasan akses kesempatan belajar untuk seluruh jenis, jalur, dan jenjang pendidikan.²¹

Sebagai media pendidikan televisi mempunyai berbagai kelebihan yang bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan kualitas pembelajaran. Proses pembelajaran di sekolah akan sangat terbantu dengan digunakannya media televisi. Hal ini jelas sangat menguntungkan tidak hanya bagi siswa saja tetapi juga akan sangat menguntungkan bagi para guru. Dengan demikian diharapkan penggunaan media televisi untuk pendidikan selain akan mampu memperluas kesempatan

²¹ Departemen Pendidikan Nasional. 2007. hal. 14

mendapatkan pendidikan, juga akan mampu menunjang upaya peningkatan kualitas pendidikan.

Tidak hanya bermanfaat bagi para peserta didik, TV Edukasi juga diharapkan mampu membantu upaya mengatasi kekurangan guru yang bermutu dan kekurangan bahan belajar, terutama pada daerah-daerah yang terpencil. Dengan demikian TV Edukasi akan menjadi pendukung keterlaksanaan kurikulum berbasis kompetensi, yang membutuhkan ketersediaan berbagai sumber belajar secara berkelanjutan. Selain untuk menunjang proses pembelajaran, TV Edukasi juga akan digunakan untuk melayani pendidikan jarak jauh yang sekarang sudah berkembang, yaitu SMP Terbuka dan Universitas Terbuka. Pada sistem pembelajaran jarak jauh ini, peranan TV Edukasi akan menjadi bagian dari suatu sistem pembelajaran yang lengkap dan terintegrasi, termasuk sistem pemanfaatan dan evaluasinya.

Jika dibandingkan dengan televisi komersial yang ada di Indonesia, TV Edukasi memiliki keunggulan sebagai berikut.

1. TV Edukasi menyemarakan dunia *entertainment* dengan kemasan yang berbeda yakni dikemas dalam bentuk lebih mendidik, jadi tidak hanya menghibur tetapi juga bisa mendidik masyarakat.
2. TV Edukasi bertindak sebagai pendorong anak-anak untuk belajar dari program acara yang memotivasi, serta dapat mengajarkan tentang budi pekerti dan nilai-nilai kehidupan.

3. TV Edukasi merupakan alternatif tontonan bermanfaat yang hadir di tengah-tengah masyarakat Indonesia.
4. TV Edukasi memberi informasi kepada masyarakat akan dunia pendidikan.
5. TV Edukasi merupakan solusi akan permasalahan tayangan-tayangan televisi yang tidak sehat.

E. Sistem Penyiaran TV Edukasi

TV Edukasi mengudara selama 16 jam sehari, yaitu pada pukul 05.00 s/d 21.00. Sistem penyiaran yang digunakan ialah sistem penyiaran tertutup melalui penggunaan satelit Palapa D, frekuensi 4002-401 MHz, symbol rate 7890 kpsps, polarisasi vertikal, video PID 308, audio PID 256 dan PIC PID 819. Dengan demikian siaran TV Edukasi bisa diakses secara bebas oleh pemirsa di seluruh wilayah Indonesia, dengan menggunakan pesawat televisi yang dilengkapi dengan antena parabola (TVRO).

Sebelum menggunakan satelit Palapa D, TV Edukasi dapat diakses pada satelit Telkom sejak awal berdiri sampai tahun 2016. Sejak tahun 2008, TV Edukasi memiliki dua *channel*, yaitu *channel* 1 untuk pelajar dan *channel* 2 untuk pengajar. *Channel* 1 dapat diakses pada saluran Telkom 1, frequency: 3785 MHz, Symbol Rate: 4000, LNB/LO: 5150, Video PID: 0308, Audio PID: 0256, PCR PID: 8190. *Channel* 1 berisi materi pembelajaran untuk siswa dari jenjang sekolah dasar, menengah, dan perguruan tinggi. *Channel* 2 dapat diakses pada Telkom 1, frequency: 3807 MHz, Symbol Rate: 4000, LNB/LO: 5150, Video PID: 0308,

Audio PID: 0256, PCR PID: 8190. *Channel 2* ditujukan untuk guru / tenaga pendidik berbagai jenjang pendidikan. Pada tahun 2016 TV Edukasi beralih vendor pada Indosat dan hanya memiliki satu *channel* yang didalamnya sudah mencakup program untuk siswa maupun tenaga pendidik.

Untuk memberi kemudahan akses bagi masyarakat dan sekolah yang tidak memiliki TVRO, TV Edukasi bekerjasama dengan beberapa stasiun televisi lokal untuk merelai siarannya. Dengan demikian TV Edukasi bisa dinikmati pula oleh masyarakat yang berada dalam radius penyiaran TV lokal dengan menggunakan pesawat televisi biasa. Selain penyiaran melalui satelit, TV Edukasi juga memberikan siaran televisi secara *streaming* melalui *website* resmi TV Edukasi yang dapat diakses pada <https://tve.kemdikbud.go.id/>.

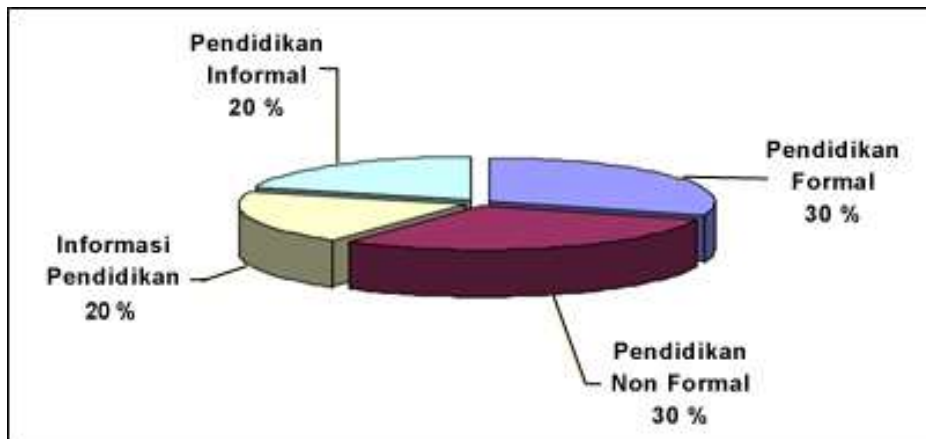


Gambar 5. Tampilan *website streaming* TV Edukasi
(Sumber: tve.kemdikbud.go.id)

F. Sasaran Khalayak dan Materi Siaran Program

Program-program yang ditayangkan di TV Edukasi ditujukan untuk kalangan pelajar sebagai peserta didik seluruh jenjang pendidikan prasekolah, dasar, menengah pertama, menengah atas dan kejuruan. Selain itu, program-program yang dihadirkan dapat dimanfaatkan bagi praktisi pendidikan, sebagai contoh digunakan guru sebagai media pembelajaran alternatif. Selain untuk insan pendidikan, tayangan-tayangan di TV Edukasi juga dapat dinikmati seluruh masyarakat untuk menambah wawasan mengenai informasi-informasi seputar pendidikan di Indonesia.

Program yang disiarkan TV Edukasi adalah program-program pendidikan yang terbagi atas pendidikan formal, pendidikan nonformal, pendidikan informal, dan informasi pendidikan. Program pendidikan formal adalah program berbasis kurikulum pendidikan dalam berbagai jenjang. Program pendidikan nonformal meliputi pendidikan di luar sekolah seperti kursus, ketrampilan dan hobi. Program pendidikan informal meliputi pendidikan karakter dan nilai-nilai budi pekerti. Sedangkan informasi pendidikan adalah program berita pendidikan. Komposisi program pendidikan TV Edukasi adalah sebagai berikut :



Gambar 6. Komposisi Program Pendidikan TV Edukasi
(sumber: Dokumen Pustekkom)

a. Program Pendidikan Formal

Program pendidikan formal merupakan program yang ditujukan untuk menunjang pembelajaran siswa di kelas. Materi yang dipilih merupakan pelajaran berbasis kurikulum yang dikemas semenarik mungkin agar dapat dipahami dengan mudah. Penyusunan materi melibatkan pihak-pihak yang berkompeten di bidangnya seperti ahli materi, ahli media, guru atau dosen, ahli bahasa, dan psikolog. Materi yang dipilih adalah materi dasar dan materi yang dianggap sulit. Setiap tayangan selalu menghadirkan permasalahan soal dan solusi pemecahannya. Sasaran khalayak secara khusus ditujukan untuk siswa-siswai SD, SMP, SMA, dan mahasiswa.

b. Program Pendidikan Nonformal

Program pendidikan nonformal dirancang untuk menunjang pembelajaran sekolah berbasis Paket Belajar (kejar) paket A, B, dan C. Penyusunan materi disesuaikan dengan kurikulum yang sesuai dengan kejar paket tersebut.

Selain untuk pembelajaran kejar paket, program pendidikan nonformal juga memberikan materi yang berisi kegemaran dan kompetensi keahlian secara khusus, seperti kuliner, pertanian, dan olahraga.

c. Program Pendidikan Informal

Program-program pendidikan informal berisi tayangan-tayangan yang menunjang pembinaan watak dan budi pekerti. Program pendidikan informal lebih banyak disajikan dalam bentuk film dokumenter, sinetron, serial animasi, dan drama serial.

d. Program Informasi Pendidikan

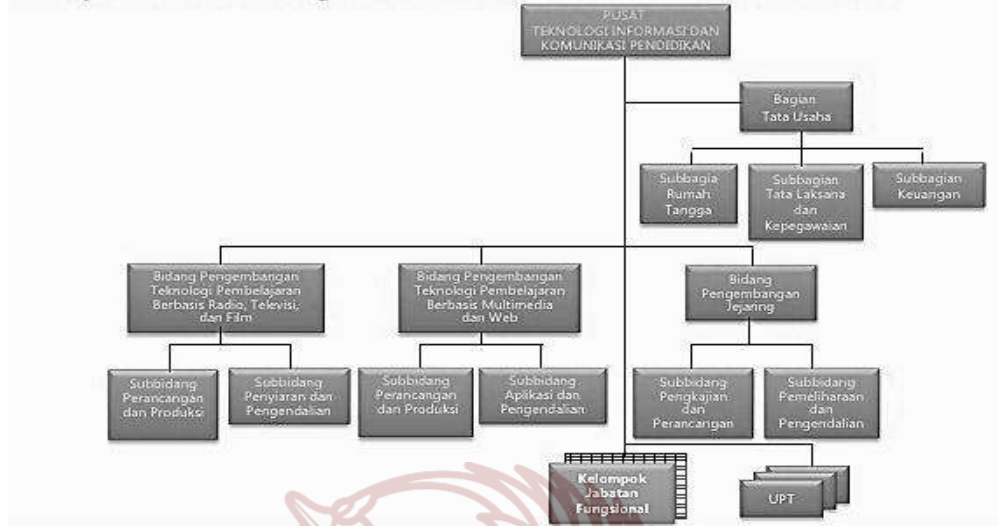
Program Informasi pendidikan dibuat untuk memenuhi kebutuhan informasi untuk khalayak. Materinya memuat informasi-informasi pendidikan seperti kebijakan-kebijakan Kemdikbud, pemberlakuan kurikulum, sistem ujian nasional yang dikemas dengan format berupa *straight news*, *feature*, dan *talkshow* yang ditayangkan baik secara harian maupun mingguan.

G. Sumber Daya Manusia

Pustekkom merupakan lembaga yang berada langsung di bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. TV Edukasi menjadi salah satu produk pendidikan yang dimiliki Pustekkom berbasis perkembangan IPTEK. Jika dilihat dari hierarkinya, TV Edukasi berada di bawah Bidang Pengembangan Teknologi Pendidikan (PTP) berbasis Radio, Televisi, dan Film (RTF), atau biasa disebut dengan Bidang PTP berbasis RTF.

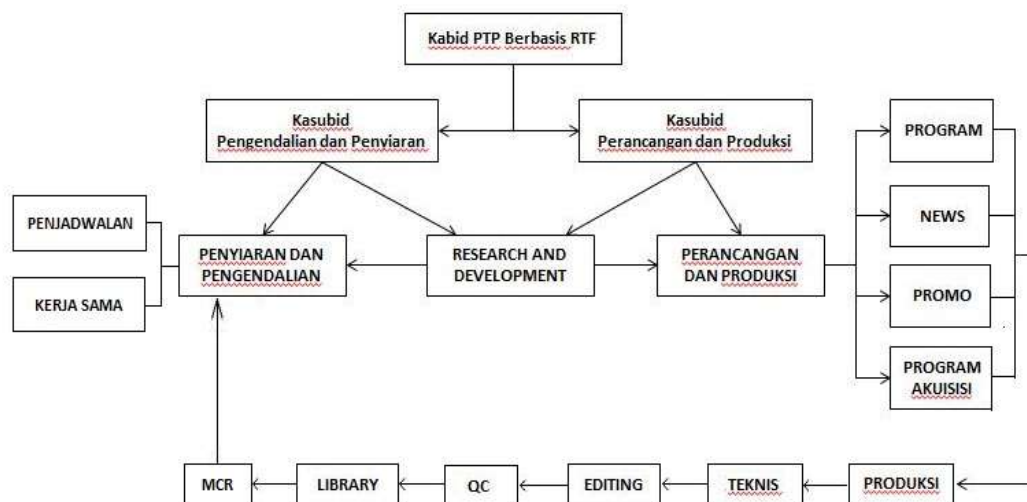
Dimensi Kelembagaan

B1 | Struktur Organisasi Pustekkom Kemdikbud



Gambar 7. Struktur Organisasi Pustekkom
(sumber: Dokumen Pustekkom)

Karena berada di bawah naungan pemerintahan, maka sumber daya manusia TV Edukasi sebagian besar merupakan anggota PNS (Pegawai Negeri Sipil). TV Edukasi tidak memiliki struktur organisasi atau jajaran direksi seperti stasiun televisi swasta konvensional. Struktur organisasi yang dijalankan oleh TV Edukasi tetap mengacu pada peraturan tentang ketentuan Pegawai Negeri Sipil (PNS) atau Aturan Sipil Negara (ASN). Dalam kegiatan penyiarannya, TV Edukasi memiliki alur kerja yang dijalankan oleh pegawai berdasarkan posisinya masing-masing. Alur kerja pegawai TV Edukasi dapat digambarkan pada bagan berikut :



Gambar 8. Bagan Alur Kerja TV Edukasi
(sumber: Dokumen Subbid Perancangan dan Produksi, 2016)

Bidang PTP Berbasis RTF (Pengembangan Teknologi Pendidikan Berbasis Radio, Televisi, dan Film) mengelola pengembangan media pendidikan yang berupa siaran radio, siaran televisi, dan film-film pendidikan. Dalam menjalankan kegiatannya, Bidang PTP Berbasis RTF dibagi menjadi dua, yaitu Subbidang Penyiaran dan Pengendalian; dan Subbidang Perancangan dan Produksi. Dalam alur kerjanya, terdapat bagian *Research and Development* yang bertugas melakukan riset demi kepentingan pengembangan produksi maupun penyiaran program siaran televisi maupun radio.

1. Subbidang Penyiaran dan Pengendalian

Subbidang Penyiaran dan Pengendalian bertanggungjawab terhadap bagaimana TV Edukasi dapat mengudara dan diterima khalayak. Semua program yang berada di *library* hilirnya akan disiarkan melalui *Master Control Room (MCR)* dengan diawasi oleh Kepala Subbidang Penyiaran dan

Pengendalian. Program-program ditayangkan sesuai dengan penjadwalan atau pola siar yang telah disepakati. Subbidang ini menangani secara teknis proses siaran TV Edukasi beserta perijinan dan kerja samanya dengan pihak lain.

2. Subbidang Perancangan dan Produksi

Subbidang Perancangan dan Produksi bertanggungjawab terhadap program siaran TV Edukasi dari tahap riset, perancangan, produksi, sampai dengan siap untuk disiarkan. Kepala subbidang Perancangan dan Produksi mengawasi para produser dalam merancang program yang akan diproduksi, termasuk program berita, program-program promo atau iklan layanan masyarakat dan program akuisisi. Jika program yang diajukan telah disetujui, para pegawai di bagian teknis seperti sutradara, kameramen, penata suara, penata cahaya, dan lain sebagainya akan ditugaskan untuk melakukan proses produksi. Hasil produksi akan diedit kemudian masuk dalam tahap *QC* (*Quality Control*) untuk diperiksa. Program yang telah lolos *QC* dikirimkan kepada bagian *library* untuk diarsipkan dan siap disiarkan melalui *Master Control Room (MCR)* sesuai jadwal yang telah dibuat.

BAB III

STRATEGI MANAJEMEN MEDIA PENYIARAN TV EDUKASI SEBAGAI TELEVISI PENDIDIKAN

TV Edukasi merupakan stasiun televisi pendidikan yang dibentuk oleh Pustekkom di bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. TV Edukasi berperan sebagai salah satu media pembelajaran berbasis televisi melalui program siaran yang mendidik. TV Edukasi menjalankan strategi manajemen dalam kegiatan penyiarannya untuk menjalankan fungsi utama pembentukannya sebagai media pembelajaran.

Mengacu pada Morissan sebagaimana dipaparkan pada Bab sebelumnya bahwa ada tiga pilar utama dalam menjalankan manajemen sebuah media penyiaran, yakni program, pemasaran, dan teknis. Berikut ini kajian strategi manajemen program, pemasaran, dan teknis yang diterapkan di TV Edukasi dalam menyelenggarakan penyiaran sebagai televisi pendidikan.

A. Program

Divisi *programming* pada stasiun televisi memiliki tanggungjawab merancang perencanaan dan strategi yang tepat untuk menciptakan daya tarik penonton agar menonton siarannya. Manajemen strategis program siaran yang dijalankan oleh TV Edukasi adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan Program

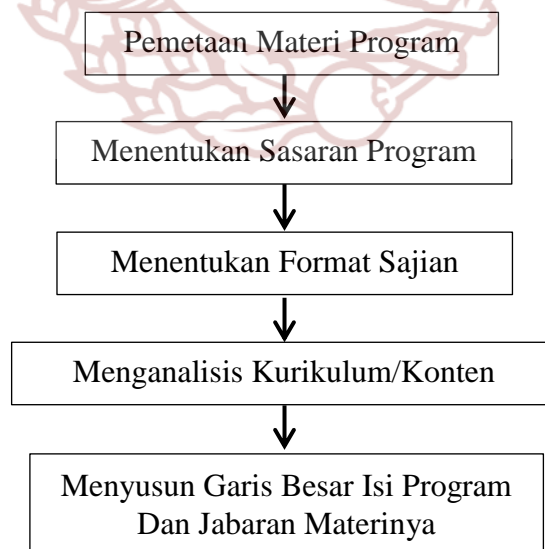
Sebagai siaran televisi pendidikan, TV Edukasi memiliki strategi dalam merencanakan dan menyusun program-program yang akan disiarkan. Setiap tahunnya TV Edukasi melakukan perencanaan program-program apa saja yang akan diproduksi dalam satu tahun ke depan. Berdasarkan struktur organisasinya, perencanaan program siaran TV Edukasi dijalankan oleh divisi Program pada bagian Perancangan dan Produksi. Pada Divisi Program inilah letak cikal bakal program-program yang akan diproduksi oleh TV Edukasi. Divisi ini terdiri dari para *PIC (Person in Charge)*²² yang bertanggungjawab atas masing-masing program yang dijalankan, atau dalam stasiun televisi konvensional disebut dengan produser program.

Faktor perencanaan program siaran TV Edukasi adalah ketersediaan penonton, kebiasaan penonton, aliran penonton, dan ketertarikan penonton. TV Edukasi tidak terlalu mempertimbangkan faktor peta persaingan stasiun televisi dan faktor ketertarikan pemasang iklan. Hal tersebut dikarenakan program-program yang diproduksi TV Edukasi sudah memiliki target pasar khusus yang jelas yaitu pelajar dan para pemangku pendidikan, sehingga jumlah pemirsa tidak begitu berpengaruh terhadap iklan. Selain itu jika dilihat dari faktor ketersediaan anggarannya, TV Edukasi tidak lagi mencari dana secara mandiri dari pengiklan.

²² *PIC* atau *Person in Charge* adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan siapa orang yang bertanggungjawab menangani hal tertentu.

Setiap tahunnya TV Edukasi melakukan evaluasi terhadap program yang telah diproduksi dan disiarkan dalam periode satu tahun. Hasil evaluasi juga digunakan sebagai pertimbangan perencanaan program. Mana saja program yang sudah ada tapi harus dikembangkan, atau adakah program baru yang harus dibuat. Hal ini berkaitan juga dengan faktor ketersediaan program yang dimiliki oleh TV Edukasi.

Faktor utama perencanaan program TV Edukasi konsisten dengan visi misi sejak awal, yaitu menjadi stasiun televisi yang menyajikan program-program yang mendidik bagi masyarakat. Merencanakan sebuah program pendidikan memerlukan konsep yang jelas tentang materi apa yang ingin disampaikan, untuk siapa, dan bagaimana bentuk penyampaiannya. Tahap awal perencanaan program siaran TV Edukasi adalah sebagai berikut :



Gambar 9. Tahap perencanaan program TV Edukasi ²³

²³ Hairun Nissa (36 tahun), Subbidang Perancangan dan Produksi Pustekkom, bagan dibuat berdasarkan wawancara melalui *email* pada tanggal 17 Januari 2017

a. Pemetaan materi program.

Pada tahap awal proses perencanaan program, tim perancang membuat pemetaan materi apa yang akan disampaikan dalam program yang akan dibuat. Materi yang dimaksud tidak hanya dalam bentuk materi pembelajaran sekolah untuk program instruksional, tetapi juga bisa berupa materi pendidikan karakter atau pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak.

b. Menentukan sasaran program.

Setelah memetakan materi, tim perancang menentukan untuk siapa sasaran program tersebut secara spesifik. Misalnya materi matematika bangun ruang untuk siswa SD kelas 5, atau materi tentang kejujuran untuk anak usia kurang dari lima tahun.

c. Menganalisis Kurikulum/Konten.

Setelah materi dan sasaran ditentukan, tim perancang menganalisis kurikulum/konten atas materi yang akan disampaikan. Untuk program instruksional disesuaikan dengan kurikulum pendidikan sekolah yang berlaku. Sedangkan untuk program yang lain, dianalisis konten apa saja yang akan dihadirkan menyampaikan pesan/materi dalam program tersebut.

d. Menentukan format sajian.

Pada tahap ini tim perancang menentukan bagaimana format program yang akan disajikan. Format sajian dapat dirancang dengan mempertimbangkan materi apa, ditujukan untuk siapa, akan tepat jika disampaikan dengan format seperti apa.

e. Menyusun garis besar isi program dan jabaran materinya.

Tahap akhir dari perencanaan adalah menyusun garis besar isi program serta jabaran materinya. Ini program mencakup hal-hal apa saja yang ada dalam sebuah program untuk disajikan kepada penonton beserta materinya. Garis besar program ini akan mengawali produser dalam membuat naskah program untuk diproduksi.

Program siaran pendidikan pada dasarnya mencakup dua klasifikasi, yaitu siaran pendidikan sekolah dan siaran pendidikan sepanjang masa. Siaran pendidikan sekolah (*school broadcasting*) harus sesuai dengan kurikulum sekolah yang berlaku, dan diarahkan sebagai bahan belajar bagi pelajar pada jenjang sekolah dasar, sekolah menengah pertama, dan sekolah menengah atas. Siaran pendidikan sepanjang masa (*life long education*) adalah program-program yang berisi pendidikan untuk khalayak umum dengan ruang lingkup yang lebih luas tentang berbagai aspek sosial, seni, sastra, *home economic*, dan hobi.

Pada tahap perencanaan program, TV Edukasi menjalankan manajemen program dengan membagi jenis programnya menjadi lima. Pembagian ini

dibuat berdasarkan materi yang hendak disampaikan dan bisa memenuhi dua klasifikasi program siaran pendidikan; yaitu siaran pendidikan sekolah dan siaran pendidikan sepanjang masa. Lima jenis pembagian ini juga dikelompokkan berdasarkan kesamaan konten dan format penyajiannya, serta mencakup semua materi program pendidikan, baik formal, nonformal, informal, maupun informasi pendidikan. Strategi pembagian jenis program siaran TV Edukasi adalah sebagai berikut :

a. Program Instruksional

Program Instruksional merupakan program acara yang kontennya dibuat berdasarkan kurikulum pendidikan, sehingga termasuk dalam program pendidikan formal. Sasaran program ini adalah pelajar dari jenjang sekolah dasar, sekolah menengah, hingga sekolah menengah atas dan kejuruan. Program instruksional juga bisa dikategorikan sebagai video pembelajaran yang dikemas dalam bentuk drama dan video tutorial dengan durasi 15 – 24 menit. Drama singkat atau adegan disajikan sebagai penghantar agar penyampaian materi program lebih menarik. Selain itu, drama juga bisa berfungsi sebagai ilustrasi materi agar mudah dipahami oleh penonton.

Sebagai program pembelajaran, dalam setiap episode program instruksional menyajikan materi sesuai dengan bab dalam kurikulum pendidikan yang berlaku. Materi pembelajaran disampaikan dalam bentuk narasi grafis yang menampilkan data, grafik, bagan, atau pemetaan materi yang mudah dimengerti oleh penonton. Selain itu, grafis juga berisi tutorial

penyelesaian sebuah soal khususnya untuk mata pelajaran yang mengandung rumus seperti matematika dan fisika. Program TV Edukasi yang termasuk dalam jenis program instruksional terdiri dari :

1) Program pembelajaran Matematika

Program acara yang berisi mata pelajaran matematika disampaikan dalam bentuk drama singkat yang berisi permasalahan untuk dipecahkan dengan rumus matematika. Solusi pemecahan masalah tersebut yang menjadi inti materi pembelajaran untuk disampaikan kepada penonton. Program matematika berdurasi 24 menit dan ditayangkan setiap hari Senin. Materi yang diangkat misalnya operasi hitung bilangan bulat untuk jenjang SD, volume bangun ruang untuk jenjang SMP, dan aritmatika untuk jenjang SMA. Program instruksional untuk siswa sekolah dasar berjudul *Horeka* dan *Fun Math*, untuk siswa sekolah menengah pertama berjudul *Matematika SMP*, sedangkan untuk siswa sekolah menengah atas berjudul *Soulmath* dan *Fun With Math*.

2) Program pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial

Program pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial disajikan dalam bentuk drama singkat, grafis, dan narasi. Program IPS untuk siswa sekolah dasar berjudul *Ciao*, karena program ini memiliki tokoh utama yang bernama Ciao untuk menyampaikan materi. Program yang termasuk dalam pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial adalah *Sosiologi SMP* dan *Sosiologi SMA* yang berisi mata pelajaran sosiologi, *Ekonomi SMP* dan

Ekonomi SMA yang berisi mata pelajaran ekonomi. Selain itu juga terdapat program berjudul *Jejak Sejarah* yang berisi materi pembelajaran sejarah bagi semua jenjang pendidikan, dan dikemas dalam bentuk *features* yang menampilkan gambar dan narasi.

3) Program pembelajaran Ilmu Pengetahuan Alam

Program acara yang berisi mata pelajaran Ilmu Pengetahuan Alam untuk siswa SD berjudul *IPA Terpadu SD* yang dikemas dalam bentuk drama singkat sebagai ilustrasi, disertai grafis dan narasi untuk memperjelas materi. Untuk jenjang pendidikan SMP dan SMA, dibagi sesuai dengan cabang mata pelajaran IPA yaitu fisika, kimia, dan biologi. Program pembelajaran fisika disajikan dalam format drama singkat yang menampilkan beberapa pelajar yang sedang mengerjakan soal fisika. Kemudian materinya disampaikan kepada penonton dalam bentuk grafis yang berisi tutorial mengerjakan fisika dengan rumus dan diperkuat dengan narasi. Selain itu, juga terdapat program berjudul *Fisika Itu Asyik* yang menampilkan eksperimen/percobaan fisika misalnya pembakaran baja dan penyusutan besi. Begitu juga dengan program *Kimia SMA* yang menampilkan guru atau siswa yang melakukan percobaan-percobaan kimia dan diperjelas dengan grafis tutorial dan narasi untuk menyampaikan materi.

4) Program pembelajaran Bahasa Indonesia

Program mata pelajaran Bahasa Indonesia disampaikan dalam bentuk drama yang di dalamnya mengandung materi pembelajaran sesuai dengan tema/bab. Program Bahasa Indonesia terbagi menjadi tiga, yaitu *Bahasa Indonesiaku* untuk sekolah dasar, *Bahasa Indonesia SMP* untuk jenjang sekolah menengah pertama, dan *Cinta Bahasa Indonesia SMA* untuk jenjang sekolah menengah atas.

5) Program pembelajaran Bahasa Inggris

Program mata pelajaran Bahasa Inggris disampaikan dengan format yang berbeda dengan mata pelajaran yang lain. Program Bahasa Inggris disampaikan dengan format video tutorial yang dipandu oleh seorang presenter yang berperan layaknya seorang guru. Presenter akan menjelaskan materi yang diangkat pada episode tersebut disertai dengan grafis dan gambar atau video sebagai ilustrasi. Program Bahasa Inggris untuk jenjang sekolah dasar berjudul *Easy English Everyday*, sedangkan untuk jenjang SMP dan SMA berjudul *Fun With English*.

Selain pembelajaran untuk pelajar, TV Edukasi juga menyajikan program pendidikan Bahasa Inggris untuk umum. *Fun With Idiom* merupakan program yang secara khusus menyampaikan materi mengenai lafal dan pengucapan dalam Bahasa Inggris. Sedangkan program *Lets Talk* dan *English For Life* merupakan program yang menampilkan contoh percakapan Bahasa Inggris sesuai tema atau situasi tertentu.

6) Program pembelajaran Pendidikan Kewarganegaraan

TV Edukasi memiliki dua program instruksional yang berisi materi pelajaran PKN yaitu *PPKN SMP* dan *Hari Besar Nasional*. Program *PPKN SMP* ditujukan untuk siswa jenjang menengah pertama yang dikemas dalam bentuk drama, grafis, dan narasi. Sedangkan program *Hari Besar Nasional* kontennya berisi tentang Hari Besar Nasional yang diperingati di Indonesia. Program ini dikemas dalam bentuk drama dengan tokoh utama bernama Dini dan Ratih yang berperan sebagai pengajar sukarela pada sekolah terbuka di sebuah perkampungan. Dini dan Ratih akan menjelaskan kepada murid-muridnya sejarah dan pahlawan di balik peringatan Hari Besar Nasional tersebut.

7) Program pembelajaran kejuruan

Selain mata pelajaran umum, TV Edukasi juga memproduksi program pembelajaran untuk siswa sekolah menengah kejuruan (SMK). Program-program tersebut antara lain *Program Broadcasting* untuk siswa SMK jurusan pertelevisian, *Kotak-katik Otomotif* untuk siswa SMK jurusan otomotif, dan *Menggapai Cakrawala* untuk siswa SMK penerbangan. Program-program tersebut disajikan dalam bentuk *features* yang menampilkan gambar dan narasi, serta menyajikan materi pembelajaran sesuai dengan kurikulum pendidikan yang berlaku.

8) *Bincang Edukasi*

Bincang Edukasi merupakan program instruksional yang dikemas dalam format talkshow interaktif dan disiarkan secara langsung setiap Senin sampai Jumat pukul 13.00 WIB, dan disiarkan ulang pukul 17.00 WIB. Program ini dipandu oleh seorang presenter dan menghadirkan narasumber yang merupakan seorang profesor atau ahli dalam bidang mata pelajaran yang diangkat hari itu. Selain itu, juga menghadirkan beberapa siswa yang berlaku sebagai penggerak perbincangan yang akan mengajukan pertanyaan untuk dijawab oleh narasumber. Mata pelajaran yang diangkat bergantian setiap episodenya. Karena bersifat interaktif, khalayak bisa mengajukan pertanyaan melalui telepon bebas pulsa secara langsung untuk dijawab di studio. *Bincang Edukasi* menjadi program unggulan TV Edukasi.

Berdasarkan paparan di atas, dapat dilihat bahwa perancang program berusaha menyajikan program televisi yang dapat dijadikan sebagai media pembelajaran dengan kemasan yang menarik. Dengan adanya ilustrasi berupa drama memberikan variasi tersendiri daripada hanya sebatas menampilkan materi berupa tulisan-tulisan atau narasi dari seorang pembawa acara yang berperan sebagai guru. Hal tersebut dapat memancing daya tarik para siswa khususnya anak-anak. Bahkan dapat dimungkinkan siswa akan lebih mudah memahami materi pelajaran yang disampaikan melalui ilustrasi yang dekat dengan kehidupannya sehari-hari.

b. Program Motivasional

Program motivasional merupakan program siaran yang dikemas dalam bentuk *features* dan menginspirasi. Program ini bertujuan untuk menginspirasi penonton melalui orang yang berbakat, berprestasi, dan memiliki inovasi untuk mengembangkan potensi yang dimiliki. Sasaran program ini adalah untuk masyarakat umum. Selain itu program motivasional juga menyajikan pengembangan bakat dan minat dengan membidik segmentasi tertentu, misalnya khusus bagi peminat otomotif, menjahit, atau memasak. Berdasarkan konten yang disajikan, program motivasional TV Edukasi memiliki beberapa karakteristik, antara lain:

1) Pemanfaatan Potensi Alam Indonesia

Program motivasional memberikan inspirasi bagi masyarakat bagaimana memanfaatkan potensi kekayaan alam Indonesia sebagai sumber pendapatan. Seperti halnya program *Bio Agro*, *Bio Sains Pertanian*, *Gali*, dan *Inovasi Bio Sains*, yang memberikan informasi seputar pembudidayaan hasil kekayaan Indonesia baik hasil pertanian, perkebunan, peternakan, dan pertambakan. Selain itu, juga menampilkan narasumber yang menjalankan bisnis melalui inovasi baru dalam mengolah sumber daya alam Indonesia. Tema yang diangkat misalnya budidaya perkebunan kopi dan karet, pengolahan tanaman untuk kosmetik, dan pengolahan ikan tambak untuk makanan ringan.

2) Inovasi Bisnis

Program motivasional TV Edukasi memberikan motivasi bagi masyarakat bagaimana menjadi seorang wirausahawan yang sukses. Misalnya, melalui program *Blogger Putih Abu-Abu* yang menampilkan seorang wirausahawan muda yang dapat dijadikan teladan dalam berbisnis. Selain memberikan kiat-kiat dalam berbisnis, narasumber juga akan menjelaskan bagaimana teknis dan proses pembuatan produknya.

3) Inspirasi Orang Berbakat

Program motivasional TV Edukasi memberikan motivasi kepada anak-anak untuk mengembangkan bakatnya melalui kisah inspiratif, misalnya pada program *Sarana Ekspresi Anak*. Program ini berformat *talkshow* yang menghadirkan narasumber seorang anak atau remaja yang memiliki prestasi, misalnya pernah menjuarai sebuah kompetisi atau memiliki bakat yang berbeda dibanding anak seusianya. Kisah dan pengalaman yang diceritakan akan memberikan inspirasi bagi khalayak.

4) Pengembangan Bakat dan Minat

Program dengan konten pengembangan bakat dikemas dalam format *magazine*, salah satunya berjudul *Boga-Bogi* yang berisi informasi seputar dunia kuliner. Selain memberikan tutorial memasak, program ini juga memberikan informasi kandungan gizi dan karakteristik makanan tersebut. Selain *Boga-Bogi*, TV Edukasi juga menyajikan program *magazine*

berjudul *Klinik Musik* yang membidik khalayak dengan hobi bermusik, dan program *Kursus* yang berisi tutorial menjahit.

Program motivasional TV Edukasi memberikan pengalaman belajar melalui media televisi bagi masyarakat umum. Program motivasional termasuk dalam program pendidikan nonformal, konten yang disajikan menunjukkan bahwa belajar bukan hanya sebatas aktivitas belajar mengajar secara formal antara guru dan murid di sekolah. Belajar juga bisa bersumber dari pengalaman orang lain. Karena itulah TV Edukasi merancang program-program yang memberikan pembelajaran kepada penonton melalui kisah hidup orang lain, untuk membangkitkan motivasi bagi dirinya guna mengembangkan potensi diri dan lingkungan sekitar.

Program motivasional bersifat nonfiksi, konten yang diangkat merupakan kejadian nyata. *Setting* lokasi untuk program-program motivasional mencakup seluruh Indonesia. Di sini dapat dilihat bahwa TV Edukasi memanfaatkan dana operasional untuk membuat program dengan maksimal. Misalnya, untuk program-program pemanfaatan kekayaan alam berupa hasil hutan, tentunya kegiatan produksi dilaksanakan di lokasi perhutanan yang jauh dari ibukota. Dengan dana yang tersedia, tim perancangan dan produksi bisa membuat program dengan maksimal meskipun membutuhkan anggaran akomodasi yang besar. TV Edukasi mencoba menghadirkan sumber belajar yang dekat dengan masyarakat di seluruh Indonesia, tidak hanya bagi kalangan ibu kota saja.

c. Budaya dan Karakter

Program budaya dan karakter merupakan program-program yang berisi eksplorasi kebudayaan di Indonesia serta pendidikan karakter. Program budaya disajikan dalam format dokumenter televisi dan *features* yang menyuguhkan beragam kebudayaan di Indonesia, baik kesenian adat, musik, patung, lukisan, bangunan, atau benda seni yang lain. Jika dilihat dari materinya, program budaya termasuk dalam program informasi pendidikan, karena bersifat memberikan informasi kepada khalayak. Program kebudayaan yang disajikan oleh TV Edukasi antara lain *Adiluhung*, *Ungkapan Budaya*, *Salam Raya*, dan *Fenomena Candi*.

Program pendidikan karakter dikemas dalam bentuk sinetron yang dimainkan oleh beberapa tokoh dengan tema yang berbeda setiap episodenya. Serial televisi yang disajikan oleh TV Edukasi antara lain *Sahabat Pantai*, *Rumah Rahasiaku*, dan *Laskar Anak Bawang*. Program-program tersebut memberikan pesan moral dan pendidikan karakter yang baik bagi anak-anak maupun orang dewasa, misalnya tentang tanggungjawab, saling menolong, keadilan, dan etika di masyarakat.

Program sinetron serial ini memuat konten pendidikan informal bagi anak-anak maupun masyarakat umum. Pada stasiun televisi komersial, umumnya sinetron termasuk dalam program hiburan yang digunakan untuk mengundang banyak penonton. TV Edukasi memiliki strategi memasukkan konten pendidikan katarakter pada program yang umumnya dianggap sebagai

program hiburan dengan daya tarik penonton yang tinggi. Hal tersebut juga menjadi salah satu bentuk sajian yang baru oleh TV Edukasi untuk menyampaikan pembelajaran informal yang berisi pendidikan karakter dan budi pekerti.

Selain sinetron serial, TV Edukasi juga menyajikan program pendidikan karakter yang ditujukan khusus untuk anak usia dini dengan bentuk serial animasi, yaitu program *Zingo*, *Zebi si Surai Ungu*, dan *Kampung Edu*. Program-program tersebut merupakan program animasi unggulan TV Edukasi dengan tokoh-tokoh hewan yang beraktivitas seperti manusia. Pendidikan karakter yang disampaikan misalnya tentang kejujuran, kedisiplinan, menghormati orang tua, dan tolong menolong dengan sesama.

Sajian pendidikan karakter melalui program serial animasi menjadi strategi yang tepat dalam menarik minat anak usia dini untuk menonton. Program animasi dengan tampilan visual yang berwarna-warni dan tokoh hewan-hewan yang lucu akan lebih disukai dan mudah dihafalkan oleh anak-anak. Strategi memasukkan nilai-nilai moral dan karakter ke dalam program animasi yang umumnya dinilai lucu dan menghibur menunjukkan bahwa perancang program TV Edukasi berusaha menyediakan media belajar baru yang mengikuti selera sasaran penontonnya.

TV Edukasi memiliki sebuah program pendidikan karakter unggulan yang sudah diproduksi sejak tahun 1985, dengan judul *Aku Cinta Indonesia* (ACI). ACI adalah drama serial televisi yang terdiri dari 3 (tiga) tokoh utama.

Nama tokoh utamanya diambil dari inisial judul film tersebut yaitu Amir, Cici, dan Ito. *ACI* menjadi drama serial yang disukai anak-anak dan remaja sejak awal penayangannya pada tahun 1985, saat masih ditayangkan oleh TVRI. *ACI* menyajikan cerita yang kisahnya dekat dengan kehidupan anak-anak dan remaja. Konflik dan pendidikan karakter yang disampaikan misalnya tentang tanggungjawab, kedisiplinan, bersaing sehat, pengembangan bakat, dan kepedulian terhadap sesama.

d. Hiburan dan Kreativitas

Program hiburan dan kreativitas merupakan program yang memberikan informasi-informasi ringan, kreatif, dan menghibur. Program hiburan di TV Edukasi tetap mengandung unsur pendidikan di dalamnya walaupun dengan porsi yang ringan. Konten yang disajikan dalam program hiburan dan kreativitas antara lain :

1) *Variety Show*

Variety Show adalah format acara TV yang mengombinasikan berbagai format lainnya seperti *Talk Show*, *Magazine Show*, *Kuis*, *Game Show*, *Music Concert*, *Drama*, dan *Sitkom*. TV Edukasi memiliki dua program hiburan berformat *variety show* untuk anak-anak, yaitu *Akuta* dan *Aku dan Bintang*. Program *Akuta* berisi kuis dan *game show* untuk anak-anak usia sekolah dasar dengan tema ilmu pengetahuan yang menyenangkan, misalnya menghafal nama-nama hewan dan tumbuhan.

Selain memandu permainan, presenter dalam program ini juga mengajak anak-anak untuk bernyanyi bersama. Sedangkan program *Aku dan Bintang* berisi drama singkat dan *story telling*. Program ini menghadirkan anak-anak usia lima sampai dengan sepuluh tahun dan akan dipandu oleh seorang presenter, tokoh Ibu Guru, dan tokoh Abin yang menjadi maskot. Program diawali dengan cuplikan drama singkat dengan tokoh beberapa anak yang hadir di acara tersebut. Kemudian presenter akan memandu untuk membahas tema yang diangkat, dan Ibu Guru akan mengajarkan dengan metode *story telling* atau bercerita.

2) *Travelling*

Program *travelling* di TV Edukasi berjudul *Warna-Warni Indonesia* berbentuk *features* berupa laporan perjalanan yang menyajikan destinasi wisata di Indonesia. Program ini dipandu oleh seorang presenter yang mengajak khalayak untuk berjalan-berjalan mengunjungi sebuah kota di Indonesia serta berbagai destinasi wisata yang ada di dalamnya. Selain diisi gambar dan narasi, juga ditampilkan wawancara dengan narasumber yang menjadi pengelola tempat wisata tersebut.

3) Ilmu Pengetahuan

TV Edukasi menyajikan program hiburan dan kreativitas yang berisi ilmu pengetahuan secara singkat, padat dan jelas. Durasi untuk program ini hanya lima sampai tujuh menit. Pengetahuan yang disampaikan umumnya

seputar ilmu pengetahuan alam. Program-program tersebut antara lain *Planet Sains, Ada Sejuta Misteri, dan Aku Juga Ingin Tahu.*

4) Kreativitas

TV Edukasi menyajikan program berjudul *Siapa Saja Bisa* yang mengajarkan ide-ide kreatif dalam mengubah barang tak terpakai menjadi benda yang berguna. Misalnya membuat pigura dari kardus bekas, atau membuat bandana dari kaos tak terpakai. Program ini dikemas dalam bentuk video tutorial dengan durasi lima menit.

e) Informasi Pendidikan

Informasi pendidikan merupakan program-program yang berisi informasi seputar dunia pendidikan, atau disebut dengan program berita. Salah satu program berita yang dimiliki oleh TV Edukasi berjudul *Sintesa*. *Sintesa* memiliki format yang sama dengan program berita seperti televisi konvensional yang lain, yaitu kumpulan beberapa video berita yang dihantarkan oleh pembaca berita. Berita yang disampaikan hanya informasi seputar dunia pendidikan dan kebijakan-kebijakan Kemdikbud.

Selain *Sintesa*, TV Edukasi juga menyajikan program informasi pendidikan berformat *talkshow* dengan judul *Sisi Lain*. *Sisi Lain* menghadirkan narasumber orang-orang yang berperan dalam membuat kebijakan pendidikan di daerah-daerah di seluruh Indonesia. Program ini mengajak khalayak untuk lebih dekat dengan pembuat dan pemerhati pendidikan di Indonesia.

Pembagian kualifikasi program menjadi lima jenis ini menjadi salah satu strategi TV Edukasi untuk menghadirkan program acara televisi sebagai media pembelajaran yang variatif. Khususnya untuk program instruksional yang merupakan program pendidikan formal dengan komposisi yang paling banyak dibanding program yang lain, TV Edukasi mencoba menghadirkan kemasan yang baru. Program instruksional menjadi variasi baru terhadap pembelajaran umum sekolah yang bisa dibilang monoton. TV Edukasi berperan sebagai media pendidikan bagi masyarakat, untuk itu TV Edukasi membuat kualifikasi yang lain seperti motivasional yang ditujukan untuk khalayak umum.

2. Produksi dan Pembelian

Sumber program televisi dibagi menjadi dua, yaitu produksi sendiri (*in-house production*) dan pembelian pada pihak lain (program akuisisi). TV Edukasi memproduksi sendiri hampir semua program yang ditayangkan dan hanya melakukan pembelian pada program animasi *Kampung Edu*. *Kampung Edu* merupakan serial animasi yang diproduksi oleh *Factory Production* dengan tokoh-tokoh hewan, yaitu Paman Siga, Agas, Kimbo, dan Doko. *Kampung Edu* menyajikan pendidikan karakter untuk anak usia dini melalui tema yang diangkat, misalnya kejujuran, saling memaafkan, dan menjaga kebersihan. Teknis akuisisi program *Kampung Edu* adalah sistem beli putus, yakni pihak *production house* menyerahkan paket program siaran kepada TV Edukasi yang setelah menerima pembayaran sehingga hak siar sepenuhnya ada pada TV Edukasi.

Pembelian program *Kampung Edu* ini dapat dinilai sebagai strategi TV Edukasi untuk menambah variasi program animasi yang menarik bagi anak usia dini. Hal tersebut lebih efisien dari sisi sumber daya manusia, karena memproduksi program animasi yang baik memerlukan seseorang yang berkompeten dalam bidang tersebut serta memerlukan waktu yang relatif lama.

Program *in-house production* dihasilkan melalui proses produksi yang memerlukan banyak peralatan, dana, dan tenaga dari berbagai profesi. Setelah tim perancang memutuskan untuk memproduksi sebuah program, maka perintah akan diberikan pada divisi produksi. Proses produksi program siaran pendidikan di TV Edukasi terdiri atas tiga tahapan utama yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi.

a. Praproduksi

Tahap praproduksi merupakan tahap awal perancangan sebuah program. Orang yang bertanggungjawab pada tahap ini adalah *PIC*. Seperti yang telah dijabarkan sebelumnya, tahap awal perancangan program dimulai dengan pemetaan materi program, menentukan sasaran pada siapa program ditujukan, menganalisis kurikulum atau konten yang akan disajikan, dan bagaimana format penyajiannya. Jika rancangan program yang telah disetujui oleh Kepala Subbidang Perancangan dan Produksi yang berperan sebagai Eksekutif Produser, maka produser harus menyusun naskah kemudian diajukan untuk diproduksi.

Sebelum diproduksi, naskah akan memasuki tahap *review* untuk diuji, baik kebenaran materi, kedalaman, maupun keluasan serta penyajian yang menarik. *Review* naskah minimal dilakukan oleh pengkaji materi dan pengkaji media. Untuk naskah tertentu dapat pula melibatkan psikolog, ahli bahasa, dan ahli-ahli tertentu sesuai dengan tuntutan naskah tersebut.²⁴

b. Produksi

Tahap produksi pada TV Edukasi adalah tahap pengambilan gambar yang dipimpin oleh sutradara. Produksi program TV Edukasi lebih banyak menggunakan *setting* di luar studio. Produksi dalam studio hanya digunakan untuk program berita, *Bincang Edukasi*, *variety show Akuta*, dan program instruksional *Siapa Saja Bisa*. Kru yang bertugas pada tahap produksi di luar studio berdasarkan Surat Tugas (SK) yang ditandatangani oleh Kepala Pustekkom. Susunan kru yang bertugas pada saat produksi antara lain :

1) Produser

Produser merupakan orang yang ditunjuk oleh kepala subbidang Perancangan dan Produksi untuk bertanggungjawab terhadap kegiatan produksi suatu program siaran secara keseluruhan. Seorang produser memastikan kesiapan seluruh kru di bawahnya beserta kebutuhan dan peralatan yang mendukung. Produser juga mengurus seluruh perijinan

²⁴ Hairun Nissa (36 tahun), Subbidang Perancangan dan Produksi Pustekkom, wawancara melalui *email* pada tanggal 17 Januari 2017

terkait dengan produksi yang akan dilakukan, misalnya perijinan lokasi dan narasumber atau pengisi acara.

2) Unit Manajer

Unit manajer merupakan divisi di bawah produser, tugasnya adalah membantu produser dalam mengurus akomodasi dan keuangan. Unit manajer mengatur dan memastikan kesediaan transportasi, konsumsi, dan tempat tinggal atau penginapan saat produksi di luar kota. Unit manajer juga bertanggungjawab mengatur keuangan untuk kegiatan produksi terkait dengan segala kebutuhan yang diperlukan.

3) Sutradara

Sutradara adalah orang yang bertanggungjawab atas program yang akan diproduksi. Sutradara menerjemahkan naskah yang telah dibuat ke dalam bentuk visual dan bekerjasama dengan penata konten untuk menentukan konten-konten yang harus ada dalam program tersebut. Sutradara berhak memutuskan bagaimana unsur naratif maupun teknis yang akan disajikan dalam program.

4) Penata Konten

Penata konten merupakan orang yang dipercaya untuk menentukan dan memastikan konten-konten yang harus ada dalam sebuah program siaran pendidikan. Penata konten merupakan perpanjangan tangan pada tahap produksi dari tim perancang selaku penulis naskah program. Konten yang

dimaksud misalnya narasumber, dialog, atau properti yang mendukung pesan atas konten yang akan disampaikan.

5) Penata Kamera

Penata kamera merupakan orang-orang yang bertanggungjawab untuk mengoperasikan kamera pada saat pengambilan gambar. Proses produksi program TV Edukasi umumnya menggunakan teknis *multycamera* dengan tiga kamera. Untuk program berformat drama biasanya hanya menggunakan satu kamera, atau menggunakan dua kamera jika diperlukan untuk kepentingan variasi gambar.

6) Penata Cahaya

Penata cahaya merupakan orang yang bertanggungjawab atas pencahayaan dalam proses pengambilan gambar. Penata cahaya bertugas memastikan sumber cahaya yang pas untuk kebutuhan gambar yang diminta oleh sutradara.

7) Penata Suara

Penata suara merupakan orang yang bertanggungjawab atas pengambilan suara dalam proses produksi. Penata suara bertugas mempersiapkan peralatan pengambilan suara, misalnya *microphone* dan *clip on*.

8) Penata Rias

Penata rias bertanggungjawab atas kebutuhan busana dan riasan / *make up* untuk pengisi acara. Konsep *wardrobe* dan *make up* yang digunakan oleh penata rias tetap harus disesuaikan dengan persetujuan sutradara.

9) Penata Artistik

Penata artistik bertanggungjawab atas *setting* lokasi dan properti yang dibutuhkan. Penata artistik bertugas menyediakan kebutuhan artistik sesuai dengan naskah dan permintaan sutradara.

10) Teknisi

Teknisi merupakan orang yang bertanggungjawab atas segala kepentingan teknis pada saat produksi berlangsung. Teknisi bertugas mengatur sistem peralatan produksi yang digunakan, misalnya *switcher* dan monitor *preview*, serta memastikan kesediaan sumber listrik dan peralatan penunjangnya.

Kru yang bertugas untuk produksi di studio hampir sama dengan kru produksi di luar studio namun dengan kebutuhan yang lebih sedikit. Hal tersebut dikarenakan peralatan dan kebutuhan teknis sudah tersedia, sehingga unit manajer hanya tinggal menyediakan kebutuhan konsumsi. Selain itu tim teknisi juga tinggal memastikan semua peralatan dalam kondisi siap pakai.

c. Pascaproduksi

Tahap pascaproduksi dimulai dengan proses editing gambar hasil produksi oleh editor. Program yang telah diedit akan masuk pada tahap *QC* (*Quality Control*). Pada tahap *QC*, program yang telah selesai diedit dikaji oleh pengkaji media untuk diperiksa apakah konten yang ditayangkan sudah sesuai dengan kurikulum pendidikan atau belum. Selain itu juga diperiksa apakah ada kesalahan secara teknis seperti grafis, gambar, dan suara. Jika video program sudah dinyatakan lolos *QC* maka program tersebut dapat diserahkan pada bagian *library*, yaitu pengarsipan materi-materi siaran TV Edukasi. Video program yang disimpan di *library* akan ditayangkan sesuai dengan penjadwalan program.

Dari penjabaran tahap praproduksi, produksi, dan pascaproduksi program *in-house production*, dapat dilihat bahwa proses produksi program pendidikan memiliki tiga tahapan yang sama dengan produksi program televisi secara umum. Pada tahap praproduksi, peran seorang produser sangat penting karena harus membuat materi pembelajaran dengan benar. Ditambah lagi dengan adanya pengkaji materi yang akan menilai apakah materi yang akan disampaikan lewat program tersebut benar-benar tepat. Namun, hal yang berbeda dengan tahap produksi program televisi komersial adalah pada tahap pascaproduksi yang lebih ketat, yaitu adanya divisi *Quality Control* yang akan menilai apakah program yang sudah diproduksi sudah memenuhi standar siaran program pendidikan secara teknis maupun konten.

3. Eksekusi Program

Eksekusi program mencakup kegiatan menjadwalkan penayangan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Jadwal siaran program televisi dalam satu minggu disebut dengan pola siar. Menyusun pola siar pada stasiun televisi perlu diperhitungkan, karena hal tersebut menentukan juga ketersediaan audien yang akan menonton. Menempatkan sebuah program pada waktu tertentu dapat diperhitungkan dengan meninjau kebiasaan penonton dan sasaran program tersebut.

TV Edukasi memiliki segmentasi audien anak usia dini, para pelajar, tenaga pengajar, dan masyarakat umum. Setiap program acara memiliki sasaran khalayak masing-masing. Misalnya, program *Fun Math* yang menyajikan materi pembelajaran matematika untuk SD, maka sasaran khalayaknya adalah pelajar jenjang pendidikan dasar. Program *Sintesa* yang merupakan program berita pendidikan, maka sasaran khalayaknya adalah untuk masyarakat umum khususnya orang dewasa. Penyusunan pola siar di TV Edukasi mempertimbangkan untuk siapa program tersebut ditujukan agar tepat pada sasarannya. Susunan pola siar TV Edukasi adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Pola Siar TV Edukasi

(sumber: Arsip Subbidang Penyiaran dan Pengendalian Pustekkom, 2016)

SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU	JAM
AGAMA	AGAMA	AGAMA	AGAMA	AGAMA	AGAMA	AGAMA	05.00 WIB
PAUD 1.1	PAUD 3.1	PAUD 5.1	PAUD 1.2	PAUD 3.2	PAUD 5.2	PAUD 1.1	05.30 WIB
PAUD 2.1	PAUD 4.1	PAUD 6.1	PAUD 2.2	PAUD 4.2	PAUD 6.2	PAUD 1.2	06.00 WIB
KEBUDAYAAN	KEBUDAYAAN	KEBUDAYAAN	KEBUDAYAAN	KEBUDAYAAN	KEBUDAYAAN	PAUD 2.1	06.30 WIB
MOTIVASIONAL 1.1	MOTIVASIONAL 5.1	MOTIVASIONAL 9.1	MOTIVASIONAL 1.2	MOTIVASIONAL 5.2	MOTIVASIONAL 9.2	PAUD 2.2	07.00 WIB
SINTESA (FEATURE)	SINTESA (MAGAZINE)	SINTESA (FEATURE)	SINTESA (MAGAZINE)	SINTESA (INFORMASI PENDIDIKAN)	SINTESA (FEATURE)	SINTESA (MAGAZINE)	07.30 WIB
MOTIVASIONAL 2.1	MOTIVASIONAL 6.1	MOTIVASIONAL 10.1	MOTIVASIONAL 2.2	MOTIVASIONAL 6.2	MOTIVASIONAL 10.2	PAUD 3.1	08.00 WIB
MOTIVASIONAL 3.1	MOTIVASIONAL 7.1	MOTIVASIONAL 11.1	MOTIVASIONAL 3.2	MOTIVASIONAL 7.2	MOTIVASIONAL 11.2	PAUD 3.2	08.30 WIB
MOTIVASIONAL 4.1	MOTIVASIONAL 8.1	MOTIVASIONAL 12.1	MOTIVASIONAL 4.2	MOTIVASIONAL 8.2	MOTIVASIONAL 12.2	PAUD 4.1	09.00 WIB
HIBURAN	HIBURAN	HIBURAN	HIBURAN	HIBURAN	HIBURAN	PAUD 4.2	09.30 WIB
PAUD 1.1	PAUD 3.1	PAUD 5.1	PAUD 1.2	PAUD 3.2	PAUD 5.2	PAUD 5.1	10.00 WIB
PAUD 2.1	PAUD 4.1	PAUD 6.1	PAUD 2.2	PAUD 4.2	PAUD 6.2	PAUD 5.2	10.30 WIB
MOTIVASIONAL 1.1	MOTIVASIONAL 5.1	MOTIVASIONAL 9.1	MOTIVASIONAL 1.2	MOTIVASIONAL 5.2	MOTIVASIONAL 9.2	PAUD 6.1	11.00 WIB
MOTIVASIONAL 2.1	MOTIVASIONAL 6.1	MOTIVASIONAL 10.1	MOTIVASIONAL 2.2	MOTIVASIONAL 6.2	MOTIVASIONAL 10.2	PAUD 6.2	11.30 WIB
MOTIVASIONAL 3.1	MOTIVASIONAL 7.1	MOTIVASIONAL 11.1	MOTIVASIONAL 3.2	MOTIVASIONAL 7.2	MOTIVASIONAL 11.2	MOTIVASIONAL	12.00 WIB
SINTESA (FEATURE)	SINTESA (MAGAZINE)	SINTESA (FEATURE)	SINTESA (MAGAZINE)	SINTESA (INFORMASI PENDIDIKAN)	SINTESA (FEATURE)	SINTESA (MAGAZINE)	12.30 WIB
MOTIVASIONAL 4.1	MOTIVASIONAL 8.1	MOTIVASIONAL 12.1	MOTIVASIONAL 4.2	MOTIVASIONAL 8.2	MOTIVASIONAL 12.2	MOTIVASIONAL	13.00 WIB
INSTRUKSIONAL SD (Matematika)	INSTRUKSIONAL SD (IPS)	INSTRUKSIONAL SD (IPA)	INSTRUKSIONAL SD (Bahasa Indonesia)	INSTRUKSIONAL SD (Bahasa Inggris)	INSTRUKSIONAL SD (PPKn/Akhlaq Mulia)	INSTRUKSIONAL SD (SBK)	13.30 WIB
INSTRUKSIONAL SMP (Matematika)	INSTRUKSIONAL SMP (IPS)	INSTRUKSIONAL SMP (IPA)	INSTRUKSIONAL SMP (Bahasa Indonesia)	INSTRUKSIONAL SMP (Bahasa Inggris)	INSTRUKSIONAL SMP (PPKn/Akhlaq Mulia)	INSTRUKSIONAL SMP (SBK)	14.00 WIB
INSTRUKSIONAL SMA/SMK (Matematika)	INSTRUKSIONAL SMA/SMK (IPS)	INSTRUKSIONAL SMA/SMK (IPA)	INSTRUKSIONAL SMA/SMK (Bahasa Indonesia)	INSTRUKSIONAL SMA/SMK (Bahasa Inggris)	INSTRUKSIONAL SMA/SMK (PPKn/Akhlaq Mulia)	INSTRUKSIONAL SMA/SMK (SBK)	14.30 WIB
INSTRUKSIONAL SD (Matematika)	INSTRUKSIONAL SD (IPS)	INSTRUKSIONAL SD (IPA)	INSTRUKSIONAL SD (Bahasa Indonesia)	INSTRUKSIONAL SD (Bahasa Inggris)	INSTRUKSIONAL SD (PPKn/Akhlaq Mulia)	INSTRUKSIONAL SD (SBK)	15.00 WIB
INSTRUKSIONAL SMP (Matematika)	INSTRUKSIONAL SMP (IPS)	INSTRUKSIONAL SMP (IPA)	INSTRUKSIONAL SMP (Bahasa Indonesia)	INSTRUKSIONAL SMP (Bahasa Inggris)	INSTRUKSIONAL SMP (PPKn/Akhlaq Mulia)	INSTRUKSIONAL SMP (SBK)	15.30 WIB
INSTRUKSIONAL SMA/SMK (Matematika)	INSTRUKSIONAL SMA/SMK (IPS)	INSTRUKSIONAL SMA/SMK (IPA)	INSTRUKSIONAL SMA/SMK (Bahasa Indonesia)	INSTRUKSIONAL SMA/SMK (Bahasa Inggris)	INSTRUKSIONAL SMA/SMK (PPKn/Akhlaq Mulia)	INSTRUKSIONAL SMA/SMK (SBK)	16.00 WIB
INSTRUKSIONAL SD (Matematika)	INSTRUKSIONAL SD (IPS)	INSTRUKSIONAL SD (IPA)	INSTRUKSIONAL SD (Bahasa Indonesia)	INSTRUKSIONAL SD (Bahasa Inggris)	INSTRUKSIONAL SD (PPKn/Akhlaq Mulia)	INSTRUKSIONAL SD (SBK)	16.30 WIB
INSTRUKSIONAL SMP (Matematika)	INSTRUKSIONAL SMP (IPS)	INSTRUKSIONAL SMP (IPA)	INSTRUKSIONAL SMP (Bahasa Indonesia)	INSTRUKSIONAL SMP (Bahasa Inggris)	INSTRUKSIONAL SMP (PPKn/Akhlaq Mulia)	INSTRUKSIONAL SMP (SBK)	17.00 WIB
INSTRUKSIONAL SMA/SMK (Matematika)	INSTRUKSIONAL SMA/SMK (IPS)	INSTRUKSIONAL SMA/SMK (IPA)	INSTRUKSIONAL SMA/SMK (Bahasa Indonesia)	INSTRUKSIONAL SMA/SMK (Bahasa Inggris)	INSTRUKSIONAL SMA/SMK (PPKn/Akhlaq Mulia)	INSTRUKSIONAL SMA/SMK (SBK)	17.30 WIB
KEBUDAYAAN	KEBUDAYAAN	KEBUDAYAAN	KEBUDAYAAN	KEBUDAYAAN	KEBUDAYAAN	KEBUDAYAAN	18.00 WIB
HIBURAN	HIBURAN	HIBURAN	HIBURAN	HIBURAN	HIBURAN	HIBURAN	18.30 WIB
SINTESA (FEATURE)	SINTESA (MAGAZINE)	SINTESA (FEATURE)	SINTESA (MAGAZINE)	SINTESA (INFORMASI PENDIDIKAN)	SINTESA (FEATURE)	SINTESA (MAGAZINE)	19.00 WIB
							19.30 WIB
							20.00 WIB
							20.30 WIB

Dari pola siar yang dibentuk, TV Edukasi menyusun jadwal siarannya menggunakan beberapa strategi, antara lain :

a. *Dayparting*

Dayparting adalah strategi dalam perencanaan pembagian waktu menjadi beberapa bagian program televisi yang sesuai menurut waktunya. Hal tersebut dapat dilihat dari bagaimana TV Edukasi

membuat susunan program dalam satu bagian waktu siaran. Pembagian waktu siaran TV Edukasi dapat dibagi sebagai berikut :

1) Pagi Hari (05.00 – 09.00)

Pada pagi hari merupakan aktivitas di mana anak-anak biasa menonton televisi sebelum berangkat ke sekolah, karena itu disajikan program PAUD yang memiliki segmentasi anak usia dini atau usia prasekolah. Setelah itu dilanjutkan program motivasional dan berita, karena pada saat itu audien yang tersedia adalah para karyawan yang hendak berangkat ke kantor.

Pelajar sudah berada di sekolah pada pukul 07.00, begitu juga dengan orang dewasa yang bekerja, sehingga penonton yang tersedia di atas jam tersebut adalah ibu rumah tangga yang tidak bekerja. TV Edukasi menyajikan program-program motivasional yang menginspirasi dan memiliki segmentasi kalangan ibu rumah tangga. Misalnya program *Bio Agro* yang menginspirasi bagaimana mengolah bahan makanan dengan cara yang unik dan bisa menjadi sumber pendapatan, atau program *Blogger Putih Abu-Abu* yang menyajikan inspirasi berwirausaha.

2) Jelang Siang (09.00 – 12.00)

Waktu jelang siang, penonton yang tersedia adalah ibu rumah tangga dan anak-anak prasekolah. Biasanya anak-anak akan bersantai sambil menonton televisi sepulang dari sekolah. karena itu

TV Edukasi menyajikan program hiburan yang cocok untuk anak usia dini, yaitu program PAUD. Kemudian dilanjutkan dengan program motivasional yang memiliki target audien anak-anak, misalnya program *Sarana Ekspresi Anak* yang menampilkan seorang anak dengan prestasi untuk memberi inspirasi bagi penonton. Untuk beberapa hari TV Edukasi menyajikan program kreativitas, misalnya membuat prakarya dan membahas ilmu-ilmu yang menarik.

3) Siang Hari (12.30 – 16.00)

Siang hari yaitu jam 12.30 adalah waktu untuk para karyawan istirahat dan tersedia untuk menonton televisi, baik karyawan swasta, PNS, dan khususnya yang berprofesi sebagai tenaga pendidik. Pada jam tersebut ditayangkan program berita pendidikan yaitu *Sintesa*. *Sintesa* merupakan program berita pendidikan dengan sasaran penonton para pemangku dunia pendidikan dan masyarakat umum usia 12 tahun ke atas.

Kemudian pada jam 13.30 biasanya anak-anak pulang dari sekolah. Pada jam tersebut adalah waktu yang tepat untuk menayangkan program instruksional yang berisi materi pembelajaran berbasis kurikulum sekolah. Penayangan program instruksional setiap harinya diurutkan mulai dari program yang ditujukan untuk jenjang sekolah dasar, sekolah menengah, dan sekolah menengah

atas. Karena biasanya jam sekolah untuk anak siswa sekolah dasar lebih pendek dan lebih cepat selesai daripada siswa SMP dan SMA.

Program instruksional setiap harinya dijadwalkan sesuai dengan kelompok mata pelajaran. Dari strategi seperti ini dapat dimungkinkan para pelajar sebagai khalayak untuk menghafalkan jadwal siaran mata pelajaran apa pada hari apa. Strategi penjadwalan seperti ini serupa dengan sistem penjadwalan mata pelajaran di sekolah-sekolah pada umumnya. Pelajar bisa menentukan juga materi apa yang ingin dipelajari, dan hari apa ia harus *standby* di depan layar kaca untuk menonton tayangan program TV Edukasi. Jadwal kelompok mata pelajaran program instruksional hari Senin sampai dengan Sabtu adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Jadwal Siaran Program Instruksional
(sumber : olahan penulis, 2017)

HARI	MATA PELAJARAN
Senin	Matematika
Selasa	IPS, Sejarah, Ekonomi
Rabu	IPA, Fisika, Kimia
Kamis	Bahasa Indonesia
Jumat	Bahasa Inggris
Sabtu	PPKN, Ekonomi

Pada hari Minggu program instruksional yang ditayangkan adalah mata pelajaran kejuruan dan cenderung pada program

pendidikan nonformal seperti ketrampilan dan kompetensi keahlian khusus. Dari penjadwalan ini dapat dilihat bahwa TV Edukasi memberikan materi pelajaran yang lebih ringan dari pada hari Senin sampai Sabtu. Hal ini serupa juga dengan jadwal sekolah para pelajar yang diliburkan pada hari Minggu.

4) Sore Hari (16.00 – 19.00)

Untuk mengisi slot waktu sore hari (*early fringe*) dan jelang waktu utama (*prime acces*), TV Edukasi menayangkan kembali siaran program instruksional yang sudah ditayangkan pada waktu siang hari. Hal tersebut bertujuan untuk memberi kesempatan bagi para pelajar yang tidak sempat menonton program pembelajaran pada siang hari. *Prime access* adalah waktu dimana televisi komersial umumnya mulai menayangkan program hiburan untuk menjaring penonton. Akan tetapi TV Edukasi mengisinya dengan program pembelajaran, bahkan sampai *prime time*. Hal ini dapat meminimalkan pelajar untuk menonton tayangan-tayangan pada televisi komersial yang tidak sesuai dengan usia mereka.

5) Waktu Utama (*prime time*)

Prime time adalah waktu dimana semua audien akan tersedia untuk menonton televisi. Pada umumnya audien akan menonton televisi untuk bersantai setelah beraktivitas dalam sehari, baik pelajar maupun pekerja atau masyarakat umum. Karena itu setelah program

instruksional, TV Edukasi menyajikan program kebudayaan dengan materi yang ringan dan program hiburan yang berupa serial TV. Kemudian dilanjutkan dengan siaran informasi pendidikan pada malam hari sebagai program terakhir pada jam tayang TV Edukasi dalam sehari.

Hari Minggu adalah waktu di mana anak-anak libur dari sekolah, begitu juga dengan orang dewasa yang sedang bekerja. TV Edukasi menayangkan program hiburan baik untuk anak-anak maupun khalayak umum dengan komposisi yang lebih banyak. Hari Minggu juga waktu yang biasanya dimanfaatkan untuk berkumpul dengan keluarga. Pada waktu pagi hari TV Edukasi menyajikan program motivasional yang cocok untuk keluarga, misalnya tentang kesehatan dan perkembangan anak. Kemudian dilanjutkan dengan program-program hiburan dan pendidikan karakter untuk anak-anak, seperti serial animasi *Kampung Edu*, *Zingo*, dan program hiburan *Aku dan Bintang*. Pada waktu siang hari disajikan program instruksional untuk siswa SMK dengan materi yang ringan, dan program hiburan yang berisi hobi.

Dari paparan strategi *dayparting* di atas, dapat dilihat bahwa sebagai televisi pendidikan yang menawarkan medium belajar yang baru TV Edukasi mencoba menyelaraskan dirinya dengan sistem pembelajaran sekolah secara konvensional. Dengan jadwal penayangan program pembelajaran yang tersusun rapi memungkinkan penonton untuk menghafalkan, materi apa yang diinginkan dan kapan harus *standby*

pada tayangan TV Edukasi. TV Edukasi juga memberikan kesempatan kepada penonton untuk beristirahat dari program yang berisi materi berat, dan mengisinya dengan program-program hiburan yang bersifat ringan.

b. *Rerun Programme*

Rerun Programme adalah strategi mengulang siaran program dengan tujuan tertentu, misalnya untuk pembentukan citra, melayani audien fanatik, dan efisiensi biaya. TV Edukasi melakukan strategi *rerun programme* setiap hari pada susunan acaranya. Hal tersebut dapat dilihat dari pengulangan materi siaran program instruksional siang hari (13.30-16.00), ditayangkan kembali pada sore hari (16.00-19.00). Pengulangan program dilakukan untuk melayani penonton yang menjadi sasarannya, yaitu pelajar jenjang sekolah dasar, sekolah menengah pertama, dan sekolah menengah atas. TV Edukasi memberi kesempatan bagi pelajar yang tidak sempat menonton siaran pendidikan siang hari karena beberapa hal, misalnya jam pulang sekolah yang terlampau sore. Selain itu penayangan program instruksional pada sore hari juga menyamakan dengan kebiasaan jam belajar anak-anak pada umumnya.

TV Edukasi juga melakukan pengulangan siaran program dengan tujuan memperkuat kesannya kepada penonton, sehingga dapat membentuk citranya sebagai televisi pendidikan. Seperti yang ditulis dalam buku terbitan Pustekkom yang berjudul *Kajian Siaran TVE 24 Jam*, sebagai berikut :

Belajar terjadi karena ikatan S-R, stimulus dan respon. Belajar terjadi sebagai respon atas stimulus. Belajar terjadi secara mekanis dan otomatis tanpa diantarai oleh pemahaman. Pengertian dan pemahaman tidak penting karena S-R dapat diperkuat secara berulang-ulang untuk memungkinkan terjadi proses belajar dan menghasilkan perubahan yang diinginkan.²⁵ Dasar belajar adalah asosiasi antara kesan (*impression*) dengan dorongan untuk berbuat (*impuls to action*). Asosiasi itu menjadi kuat atau lemah dengan terbentuknya atau hilangnya kebiasaan-kebiasaan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kesan dapat diperkuat melalui pengulangan. Penyampaian siaran berulang akan memperkuat sosialisasi siaran TV Edukasi. Siaran TV Edukasi yang kuat akan mendorong semakin banyak masyarakat mengakses informasi pendidikan melalui TV Edukasi.²⁶

c. *Block Programme*

Block Programme merupakan strategi penayangan program dengan menempatkan program dengan *genre* yang sama secara berurutan untuk mempertahankan penonton. Sebagai contoh, TV Edukasi meletakkan program motivasional pada pukul 07.00 sampai dengan 09.00 secara berurutan. Hal serupa diulang pada pukul 11.00 sampai dengan 13.00. Strategi ini menunjukkan bahwa TV Edukasi berusaha mempertahankan penonton agar tidak berpindah *channel*, khususnya untuk sasaran penonton program tersebut. Cara seperti ini dapat memungkinkan lambat laun TV Edukasi bisa menciptakan audien fanatik untuk setia terhadap tayangan-tayangan program siarannya.

²⁵ Stimulus – Respon menjadi konsep pembelajaran yang baru dengan cara memberikan stimulus berulang-ulang sehingga dapat direspon sebagai pelajaran yang baru karena kuatnya kesan yang ditimbulkan. Konsep S-R ini menjadi strategi yang tepat diterapkan oleh TV Edukasi untuk merangsang keinginan masyarakat untuk belajar melalui program siarannya.

²⁶ Pustekkom Kemdiknas, *Kajian Siaran TVE 24 Jam*. (Jakarta: Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, 2009) Hal 15

Selain meninjau pada susunan pola siar yang telah disajikan, hasil pengamatan juga menunjukkan beberapa strategi penjadwalan program yang lain, yaitu :

d. *Live event*

Live event merupakan strategi menayangkan secara langsung siaran suatu peristiwa penting, aktual, menarik, dan memiliki nilai jual yang tinggi. Strategi ini diterapkan pada program *Kuis Kihajar*, sebuah program kuis pendidikan dengan peserta pelajar di seluruh Indonesia yang telah lolos seleksi. *Kuis Kihajar* menjadi *event* tahunan berupa program spesial yang juga menjadi salah satu metode promosi TV Edukasi. Dalam program ini, TV Edukasi menayangkan secara langsung tahap *grand final* yang dilaksanakan di Jakarta. TV Edukasi menayangkan langsung secara berkala agenda kegiatan para peserta yang sedang mengikuti tahap final sampai dengan puncak acaranya, yaitu *Malam Penganugerahan Anugerah Kuis Kihajar*.

Selain program *Kuis Kihajar*, TV Edukasi juga melakukan siaran langsung berupa *live news* sebuah peristiwa yang penting dan aktual. Program berita di TV Edukasi secara khusus menayangkan informasi seputar dunia pendidikan dan kebijakan-kebijakan atau agenda Kemdikbud. Maka siaran langsung di TV Edukasi juga diperuntukkan menayangkan peristiwa penting seputar dunia pendidikan, misalnya olimpiade pendidikan tingkat nasional dan agenda penting Mendikbud.

Strategi *live event* seperti ini selain menguntungkan bagi TV Edukasi untuk menarik minat audien, juga bermanfaat bagi khalayak khususnya para pemangku pendidikan dan orang-orang yang berkecimpung di dalamnya. Hal ini juga menunjukkan bahwa TV Edukasi tidak hanya berorientasi pada keuntungannya untuk menjaring penonton, tetapi pada penyediaan sumber informasi pendidikan bagi masyarakat.

e. *Lead off*

Lead off merupakan strategi menempatkan program unggulan di posisi awal *daypart* untuk memancing perhatian penonton sebanyak mungkin agar menonton siaran program selanjutnya. Strategi ini dapat dilihat pada penempatan program *Bincang Edukasi* pada pukul 13.00 untuk mengawali *block* siaran program instruksional yang lain. *Bincang Edukasi* merupakan program instruksional yang secara *live* menghadirkan narasumber atau guru dan siswa di studio untuk membahas soal-soal pelajaran. Pemirsa dapat bertanya kepada narasumber melalui telepon interaktif bebas pulsa. Strategi ini menunjukkan upaya TV Edukasi untuk menarik perhatian pelajar agar menonton dan memanfaatkan siaran program instruksionalnya dengan menggunakan program unggulan *Bincang Edukasi* sebagai daya tariknya.

TV Edukasi tidak menjalankan strategi lain yang berkaitan dengan faktor persaingan dengan kompetitor. Seperti strategi *head to head* dan *counter programming*, yakni stasiun televisi melakukan sebuah taktik untuk

menandingi kompetitornya dengan tujuan menarik penonton sehingga dapat bersaing untuk mengundang pengiklan. Hal tersebut berkaitan dengan faktor bahwa TV Edukasi yang didanai dari APBN tidak lagi mencari dana secara mandiri. TV Edukasi tidak memiliki pesaing khusus dalam hal mencari pendapatan. TV Edukasi juga tidak melakukan riset *rating* dalam evaluasi programnya. Maka dari itu TV Edukasi tidak menerapkan strategi penayangan yang berkaitan dengan faktor tinggi rendahnya *rating* sebuah program. Seperti strategi *hammocking* dan *tentpolling*, yakni memanfaatkan program dengan audiensi cukup besar untuk menaikkan program baru yang masih rendah audiensinya dengan cara menempatkannya berdampingan. Karena itu strategi penayangan lebih difokuskan pada upayanya menjadi media belajar yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat.

TV Edukasi mengudara selama 16 jam per hari. Dalam penjadwalannya, TV Edukasi menayangkan program-program yang mencakup seluruh komposisi programnya, yaitu enam jam program pendidikan formal, empat jam program pendidikan nonformal, tiga jam program pendidikan informal, dan tiga jam program informasi pendidikan. Komposisi jadwal penayangan ini mendekati komposisi program siaran TV Edukasi, yakni program pendidikan formal dan informal memiliki persentase yang lebih besar daripada program pendidikan informal dan informasi pendidikan. Namun jika dilihat persentasenya, program instruksional yang merupakan program pendidikan formal memiliki persentase yang lebih besar daripada program

yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa TV Edukasi berfokus pada penyediaan sumber belajar bagi khalayak khususnya pelajar.

Dari paparan beberapa strategi penayangan di atas, bentuk pertanggungjawaban TV Edukasi sebagai media belajar terlihat dari bagaimana penjadwal program mencoba menyiarkan sebuah program sesuai dengan ketersediaan waktu sasaran khalayaknya. Khususnya program instruksional yang memiliki persentase waktu penayangan lebih banyak dibandingkan dengan program yang lain. Program pendidikan instruksional menyajikan materi pembelajaran kurikulum sekolah, maka jadwal penayangannya mengikuti ketersediaan waktu pelajar yaitu pada waktu pelajar pulang dari sekolah kemudian diulang pada sore hari waktu belajar bagi anak-anak pada umumnya. Pengulangan program instruksional ini juga bermanfaat agar para pelajar di tiga pembagian waktu yang berbeda di Indonesia tetap dapat menonton tayangan program pembelajarannya.

4. Pengawasan dan Evaluasi Program

Pengawasan program siaran televisi penting dilakukan untuk memastikan bahwa program tersebut sudah memenuhi standar kelayakan tertentu yang telah ditetapkan. Standar tersebut meliputi seluruh konten yang terkandung dalam sebuah tayangan program baik dari segi materi maupun teknis. Pengawasan program TV Edukasi dilakukan setiap hari dan dijalankan sejak tahap awal perencanaan hingga program tersebut siap ditayangkan. Ditinjau

dari sisi manajemennya terdapat dua posisi penting dalam pengawasan program TV Edukasi yaitu Pengkaji Materi dan *Quality Control*.

a. Pengkaji Materi

Pengkajian program siaran merupakan pengawasan yang dilakukan pada tahap awal perencanaan program. Produser membuat naskah untuk rancangan program yang telah disetujui di tahap perencanaan. Sebelum diproduksi, naskah tersebut di-*review* terlebih dahulu oleh pengkaji materi atau pengkaji media. *Review* dilakukan untuk menghasilkan naskah yang berkualitas, baik secara kebenaran materi, kedalaman dan keluasan serta penyajian yang menarik. Karena tujuan utama program pendidikan TV Edukasi adalah mengajarkan, maka apa yang diajarkan tersebut harus dipastikan benar.²⁷ Pengkaji materi dapat melibatkan psikolog, ahli bahasa, atau ahli-ahli tertentu sesuai dengan kebutuhan naskah dan materi yang dibuat. Aspek-aspek yang dicermati oleh pengkaji materi adalah :

- 1) Ketepatan format penyajian.
- 2) Ketepatan materi dengan kurikulum.
- 3) Ketepatan pemilihan dan adegan pemain.
- 4) Ketepatan pemilihan *setting*.

²⁷ Hairun Nissa (36 tahun) Subbidang Perancangan dan Produksi Pustekkom. wawancara pada tanggal 11 Januari 2017

b. *Quality Control*

Quality Control (QC) adalah tim penjaring yang menjadi titik ukur kelayakan tayang sebuah program dari sisi materi dan teknis. Divisi ini terdiri dari lima orang yang dibagi menurut bidang keahlian masing-masing untuk mengkaji seluruh hasil produksi. Posisi *QC* berada pada tahapan pascaproduksi, program yang telah diproduksi dan melalui proses *editing* diserahkan ke bagian *QC* terlebih dahulu sebelum ditayangkan. Program yang telah lolos *QC* akan diberi tanda Nomor *QC Pass* dan siap ditayangkan oleh divisi penyiaran. Program yang tidak lolos *QC* akan dikembalikan untuk *diedit* ulang sampai program tersebut dinyatakan memenuhi standar penayangan program TV Edukasi. Standar atau ketentuan yang telah ditetapkan oleh TV Edukasi dan harus dipenuhi oleh sebuah program agar lolos *QC* adalah:

- 1) Program sudah lolos pengkaji media dan pengkaji materi.
- 2) Kaset yang digunakan *dvcam* 32 untuk durasi 30 menit, dan *dvcam* 64 untuk durasi 60 menit.
- 3) Lolos *quality control* teknis, yaitu:
 - a) Standar suara: *mix.ch1* dan *ch2* (stereo), min -18db sampai maks – 12db
 - b) Standar video level 0,7 volt dan standar *chroma level* 0,3 volt.
 - c) Id program + *black* = 30 detik
 - d) *Colour bars* + *tone* = 60 menit
 - e) *Black* + *countdown* = 15 detik

- f) Program diawali dengan logo Kemdikbud, diikuti *montage* atau *teaser*, dan *super impose*.

Membentuk sebuah tim atau divisi khusus yang menangani pengawasan program siaran menjadi salah satu strategi manajemen untuk menjamin kualitas program acara TV Edukasi sebagai media pembelajaran. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana tim tersebut mengkaji secara detail konten yang disampaikan maupun teknis program yang terlihat di layar kaca. TV Edukasi berusaha meminimalkan bahkan menghilangkan ketidaktepatan materi, hal ini terkait dengan fungsi program siaran itu sendiri sebagai media pembelajaran yang harus disampaikan dengan tepat kepada khalayak.

TV Edukasi juga melakukan kegiatan evaluasi program secara rutin setiap satu tahun sekali. Evaluasi program dilakukan untuk meninjau kembali program yang telah dijalankan selama setahun sehingga dapat menentukan program-program apa saja yang perlu dikembangkan untuk periode satu tahun selanjutnya, atau program apa yang perlu ditambahkan. Dapat diartikan bahwa manajemen perencanaan program terus berusaha mengembangkan program-programnya untuk melahirkan program yang mengikuti kebaruan dan perkembangan jaman yang semakin modern.

Selain itu, evaluasi program juga dilakukan dengan melihat hasil respon pemirsa. Cara mendapatkan respon pemirsa adalah dengan melibatkan sasaran penonton atau target program dalam kegiatan khusus berupa acara menonton bersama kemudian meminta masukan dari peserta. Hal ini dapat

dijadikan sebagai evaluasi terhadap program yang disajikan oleh TV Edukasi, apakah sudah efektif dan tepat pada sasaran atau belum. Dapat dimungkinkan jika sebuah program mendapatkan respon yang tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka program tersebut perlu untuk dibenahi atau bahkan diganti dengan program yang baru.

B. Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah kegiatan manajemen yang pada intinya berfungsi untuk mengidentifikasi mangsa pasar, membentuk citra perusahaan, dan meningkatkan target pendapatan. Manajemen pemasaran yang dijalankan oleh stasiun televisi memegang peranan dalam upaya membentuk citra diri untuk merebut perhatian khalayaknya, dan pada gilirannya akan menarik perhatian klien untuk mendatangkan pendapatan melalui strategi penjualan dan kerjasama.

Kegiatan pemasaran sebuah media penyiaran penting dilakukan untuk membentuk citranya di masyarakat. TV Edukasi berupaya membentuk citranya sebagai televisi pendidikan melalui program-program yang disajikan. Seperti yang telah dijabarkan pada Bab sebelumnya bahwa materi program TV Edukasi mencakup berbagai jenis pendidikan, baik pendidikan formal, pendidikan informal, pendidikan nonformal, dan informasi pendidikan. Dapat diartikan bahwa TV Edukasi berusaha memenuhi kebutuhan khalayak akan pendidikan, baik bagi para pelajar maupun bagi masyarakat umum. Citra TV Edukasi sebagai televisi pendidikan merupakan konsistensi dari visi misi sejak awal, yaitu menyajikan

siaran pendidikan yang mencerdaskan dan meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia.

Sebagai televisi yang mendidik, TV Edukasi tidak menyertakan unsur-unsur yang tidak mendidik dalam setiap program yang ditampilkan, seperti kekerasan dan pornografi. Program hiburan yang disajikan tetap memiliki sisi edukatif dan mengandung pesan moral. Begitu juga program berita di TV Edukasi yang hanya menyiarkan informasi seputar pendidikan di Indonesia dan kebijakan-kebijakan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

TV Edukasi menjalankan manajemen penyiaran sebagai bentuk pertanggungjawaban terhadap pemerintah, termasuk dengan menjalankan manajemen pemasarannya. Bentuk pertanggungjawaban tersebut diwujudkan dengan strategi pemasaran yang dilakukan agar hadirnya TV Edukasi dapat dikenal dan dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai media pembelajaran yang baru.

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan, manajemen pemasaran yang dilakukan oleh TV Edukasi tidak berorientasi pada penjualan untuk mendapat keuntungan dari pemasang iklan seperti yang dilakukan oleh stasiun televisi komersial. Hal tersebut juga dapat ditinjau dalam jam siarnya TV Edukasi tidak menyediakan *slot* iklan selain iklan layanan masyarakat yang menampilkan program-program pendidikan dari Pustekkom ataupun Kemdikbud. Hal inilah yang menjadi perbedaan yang mendasar antara manajemen pemasaran TV Edukasi dengan stasiun televisi komersial yang lain.

1. Promosi

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh TV Edukasi lebih diorientasikan pada kegiatan promosi untuk mengenalkan programnya kepada khalayak, sekaligus meningkatkan citranya sebagai televisi pendidikan. TV Edukasi memanfaatkan dana yang didapatkan dari pemerintah untuk kegiatan promosi dengan tujuan agar masyarakat mengenal adanya TV Edukasi, kemudian masyarakat menonton dan dapat memanfaatkan siarannya sebagai media pembelajaran. Dari sisi sumber daya manusianya, promosi program TV Edukasi dijalankan oleh beberapa divisi, yaitu tim Humas Pustekkom, Humas TV Edukasi, dan para perancang program. Kegiatan promosi dilakukan oleh Pustekkom dan TV Edukasi dengan beberapa cara antara lain :

a. *Promo on air*

Promo on air merupakan kegiatan promosi stasiun televisi pada medianya sendiri. Pada setiap siaran, TV Edukasi menampilkan *station ID* berupa logo di pojok kanan atas sebagai identitas, serta menampilkan *running text* yang berisi berita dan promo program yang lain. Selain itu dalam setiap pergantian program TV Edukasi menayangkan bumper profil TV Edukasi. Hal ini merupakan bentuk promosi TV Edukasi pada medianya sendiri.



Gambar 10. Tampilan *Station ID* dan *running text* TV Edukasi
(sumber : <http://tve.kemdikbud.go.id/>, 2017)

Gambar di atas merupakan tampilan salah satu program siaran TV Edukasi dengan logonya pada pojok kanan atas serta *running text*. Menampilkan logo pada pojok kanan atas merupakan cara untuk menunjukkan identitas TV Edukasi pada penonton, hal ini akan memudahkan penonton saat mencari siaran TV Edukasi. *Running text* atau teks yang berjalan di bagian bawah layar bisa dijadikan salah satu cara untuk promosi program. TV Edukasi menampilkan jadwal siaran program khususnya program unggulan untuk memancing daya tarik pemirsa agar menonton siarannya.

TV Edukasi juga menampilkan *bumper* yang menampilkan logo dengan *jingle* yang khas pada setiap jeda pergantian suatu program menuju program berikutnya. Menampilkan *bumper* logo merupakan salah satu pencitraan secara audio visual untuk mengidentifikasi TV Edukasi pada penonton.



Gambar 11. Tampilan *Bumper* TV Edukasi
(sumber : <http://tve.kemdikbud.go.id/>, 2017)

b. Promo off air

1) Pameran Pendidikan oleh Tim Humas Pustekkom

Pustekkom melakukan kegiatan pameran pendidikan untuk mempromosikan produk-produk pendidikannya kepada masyarakat. Dalam kegiatan pameran ini Pustekkom juga mempromosikan TV Edukasi yang merupakan media pembelajaran berbasis siaran televisi. Kegiatan pameran pendidikan seperti ini bisa menjadi salah satu strategi yang dilakukan untuk mengenalkan adanya TV Edukasi kepada masyarakat. Mengenalkan TV Edukasi dalam pameran pendidikan menjadi salah satu bentuk penawaran kepada khalayak akan adanya TV Edukasi yang menjadi medium pembelajaran yang baru disamping kegiatan belajar secara konvensional di sekolah. Hal ini dapat memunculkan ketertarikan khalayak untuk memanfaatkan siaran TV Edukasi berkaitan dengan kebutuhannya akan sumber belajar.

2) Promosi melalui media sosial

Saat ini internet telah dikenal oleh hampir seluruh lapisan masyarakat. Apalagi dengan adanya media sosial yang dapat membuat manusia saling terhubung satu dengan yang lain untuk berinteraksi walau dalam jarak yang berjauhan. Merebaknya situs media sosial yang muncul menguntungkan banyak orang dari berbagai belahan dunia untuk berinteraksi dengan mudah serta percepatan penyebaran informasi. Dalam perkembangannya, media sosial kini menjadi sarana *digital marketing*, karena banyak muatan pemasaran di dalamnya.

Promosi TV Edukasi dilakukan pada akun media sosial milik TV Edukasi dan Pustekkom, yaitu *facebook* dan *youtube*. TV Edukasi memiliki akun *facebook* sendiri dengan menampilkan logo sebagai identitasnya. Dalam akun ini TV Edukasi mempromosikan beberapa program yang akan disiarkan beserta jadwalnya. Hal ini menjadi salah satu bentuk promosi TV Edukasi dengan memanfaatkan media sosial yang banyak diminati oleh semua lapisan masyarakat. Saat ini hampir semua kalangan usia memiliki akun di media sosial *facebook* untuk berbagai kepentingan, baik pemasaran usaha maupun sekadar eksistensi diri. Hal ini dimanfaatkan oleh manajemen pemasaran TV Edukasi untuk mempromosikan program-program unggulannya kepada masyarakat.



Gambar 12. Tampilan *facebook* TV Edukasi
(sumber: <http://facebook.com/tvedukasi/>, 2017)



Gambar 13. Promosi Jadwal Siaran TV Edukasi di *facebook*
(sumber: <http://facebook.com/tvedukasi/>, 2017)

Selain melalui akunnya sendiri, Pustekkom juga melakukan promosi siaran TV Edukasi pada akun *facebook* milik Pustekkom Kemdikbud. Dalam akun ini TV Edukasi mempromosikan siaran TV Edukasi serta menampilkan program siaran yang ditayangkan untuk memancing daya tarik masyarakat.



Gambar 14. Promosi Siaran TV Edukasi pada *facebook* Pustekkom
(sumber: <http://facebook.com/pustekkom>, 2017)



Gambar 15. Promosi Program Acara TV Edukasi pada *facebook* Pustekkom
(sumber: <http://facebook.com/>, 2017)

Selain *facebook*, TV Edukasi juga membuat akun *youtube* untuk mengunggah beberapa video siarannya untuk memancing daya tarik masyarakat agar menonton siaran TV Edukasi. *Youtube* saat ini juga

menjadi salah satu sumber informasi di internet yang diminati masyarakat karena kemudahan aksesnya. Hanya dengan mengetikkan kata kunci atas informasi apa yang ingin dicari, maka akan muncul berbagai video yang ditawarkan untuk menjawab apa yang dibutuhkan oleh pencari informasi. Banyak juga akun-akun *youtube* yang menyediakan sumber belajar yang ditujukan untuk pelajar yang berupa video tutorial maupun paparan teori dan informasi. TV Edukasi juga memiliki akun *youtube* yang mengunggah berbagai video program siarannya yang berupa program pembelajaran. Sangat dimungkinkan masyarakat menemukan unggahan program televisi TV Edukasi ketika mencari video pembelajaran di *youtube*. Hal ini menjadi salah satu jalan bagaimana pencari informasi menemukan nama TV Edukasi, yang kemudian memunculkan ketertarikan untuk menonton siarannya.



Gambar 16. Tampilan akun *youtube* TV Edukasi
(sumber: <http://youtube.com/tvedukasi/>, 2017)

3) Pelayanan Masyarakat

Promosi TV Edukasi melalui pelayanan masyarakat dilakukan dengan bentuk memberikan fasilitasi atau pelatihan kepada tenaga pendidik di berbagai daerah untuk memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sebagai media pendidikan. Dari struktur organisasinya, kegiatan promosi ini dijalankan oleh bidang PTP berbasis RTF dan difasilitasi oleh Pustekkom. Dalam kegiatan ini Pustekkom memberikan pelatihan bagaimana memanfaatkan siaran TV Edukasi sebagai media pembelajaran.



Gambar 17. Dokumentasi Pelatihan Pemanfaatan TIK di Papua Barat
(sumber: Dokumen Pustekkom, 2016)

Kegiatan fasilitasi ini dilaksanakan di seluruh Indonesia, khususnya di daerah-daerah yang jauh dari ibukota. Hal tersebut dapat menjadi salah satu bentuk strategi mengenalkan adanya TV Edukasi di masyarakat secara nasional. Para tenaga pendidik yang menjadi peserta kegiatan tersebut pada gilirannya akan mengenalkan siaran TV Edukasi kepada murid

maupun orang-orang disekitarnya. Sehingga baik pendidik maupun pelajar dapat memanfaatkan siaran TV Edukasi sebagai media pembelajaran. Kegiatan promosi seperti ini juga memberi keuntungan bagi masyarakat berupa ilmu baru untuk memanfaatkan perkembangan TIK saat ini.

4) Program Anugerah Kihajar

Anugerah Kihajar merupakan program kuis pendidikan TV Edukasi yang dapat diikuti oleh pelajar dari seluruh Indonesia. Teknis pelaksanaan kuis ini adalah para peserta mengikuti seleksi di provinsinya masing-masing dengan tiga pilihan jalur, yaitu secara langsung (lisan dan tertulis) di ibukota provinsi, seleksi *online* melalui *website* Kuis Kihajar, dan seleksi mandiri dengan menjawab kuis yang disiarkan secara langsung di TV Edukasi melalui SMS. Di setiap provinsi akan diambil satu pemenang dari masing-masing jalur seleksi dan jenjang pendidikan baik SD, SMP, dan SMA/SMK. Peserta yang lolos tersebut akan diundang ke Jakarta untuk mengikuti *grand final* tingkat nasional di TV Edukasi. Hadiah untuk pemenang kuis Kihajar ini adalah uang tunai dan beasiswa pendidikan.



Gambar 18. Logo Anugerah Kihajar
(sumber : [dokumen](#) Pustekkom, 2016)

Kuis Kihajar dijadikan sebagai salah satu strategi promosi yang dapat menarik masyarakat terutama pelajar di seluruh Indonesia untuk menonton siaran pendidikan di TV Edukasi. Khususnya dengan adanya jalur seleksi melalui SMS dengan menjawab kuis yang disiarkan secara langsung di televisi. Selain itu para pelajar sebagai peserta juga akan tertarik menonton siaran program pembelajaran yang disiarkan sebagai sumber belajarnya.

Pada saat puncak acara *Anugerah Kihajar*, TV edukasi tidak hanya memberikan penghargaan kepada para pelajar yang memenangkan kuis Kihajar pada saat *grandfinal*, tetapi juga memberikan penghargaan kepada beberapa kepala daerah yang berkontribusi dalam meningkatkan kualitas pendidikan di daerahnya. Hal ini bisa menjadi salah satu bentuk promosi untuk membentuk citra TV Edukasi sebagai televisi yang memiliki kepedulian terhadap pendidikan di tengah-tengah masyarakat Indonesia.

2. Hubungan Kerjasama

Dalam aspek manajemen pemasaran televisi, departemen hubungan kerjasama (humas) memiliki fungsi menciptakan, memelihara, dan mengembangkan hubungan dengan pihak lain melalui pengelolaan dan penyebaran informasi yang tepat untuk meningkatkan citra stasiun televisi. Dalam hal ini humas memiliki fungsi publisitas, yaitu menempatkan informasi yang berkaitan dengan dirinya di media massa. Kegiatan pemasaran TV Edukasi melalui hubungan kerjasama dilakukan dengan mengadakan konferensi pers (*press conference*).



Gambar 19. Konferensi Pers Anugerah Kihajar 2016
(Sumber: Febrina Candra, 2016)

TV Edukasi mengundang beberapa wartawan dari media lain untuk meliput kegiatannya pada acara *Puncak Grand Final Anugerah Kuis Kihajar*. Dalam kegiatan ini TV Edukasi sebagai penyelenggara Kuis Kihajar memberikan informasi mengenai kegiatan yang dilakukan untuk disiarkan kepada masyarakat luas oleh media massa yang diundang. Untuk menarik perhatian, TV Edukasi menghadirkan orang-orang berkepentingan sebagai narasumber, yaitu Kepala Pustekkom, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, serta tokoh-tokoh masyarakat yang mendapat penghargaan *Anugerah Kihajar*. Kegiatan konferensi pers ini memberikan keuntungan pada TV Edukasi sebagai jalan promosinya di masyarakat melalui media massa.

Selain kerjasama dengan media lain dalam bentuk konferensi pers, bagian kerjasama juga menangani perjanjian antara Pustekkom dengan stasiun televisi lokal dan televisi berbayar. Kerjasama ini merupakan salah satu strategi penyiaran TV Edukasi dan akan dijabarkan pada bagian manajemen teknis. TV Edukasi juga melakukan kerjasama dengan instansi sekolah untuk kepentingan produksi program. Kerjasama ini biasanya

dilakukan untuk program-program pembelajaran yang membutuhkan guru dan para siswa di sekolah sebagai pengisi acara.

C. Teknis

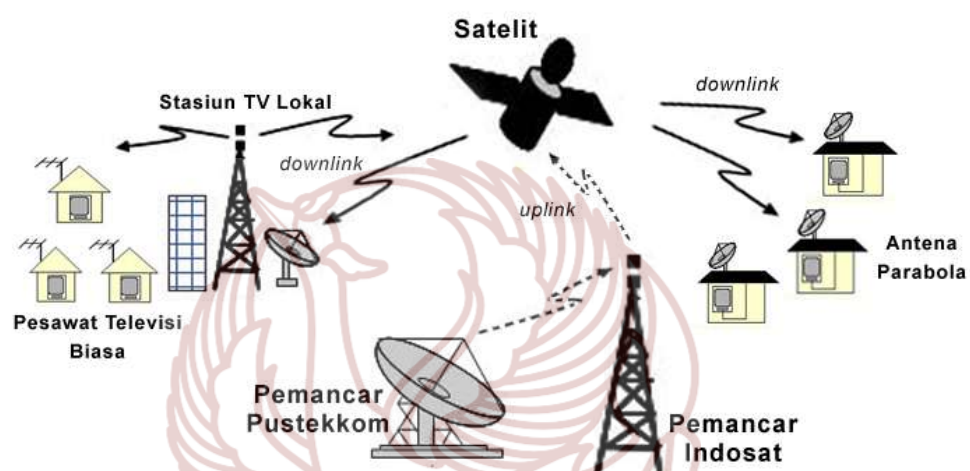
Kegiatan penyiaran televisi hilirnya akan menuju pada proses pengiriman sinyal audio video kepada pesawat televisi penonton di rumah. Proses penyiaran materi siaran dimulai dari *master control room*, kemudian dipancarkan ke masyarakat melalui peralatan pemancar (transmisi) dan antena yang dipasang pada tower yang berada di luar studio. Manajemen teknis penyiaran pada stasiun televisi mengatur bagaimana jalan yang ditempuh sebuah media penyiaran untuk mengudara agar dapat diterima oleh audien yang dituju.

1. Sistem Penyiaran (Transmisi)

Sistem penyiaran yang dilakukan oleh TV Edukasi adalah sistem penyiaran satelit. Yaitu siaran dipancarkan dari transmisi menuju satelit lalu oleh satelit dipancarkan langsung ke bumi dan diterima oleh TVRO (*Television Receive Only*) atau antena parabola yang ada di rumah-rumah. TV Edukasi berlangganan *vendor* satelit Indosat, oleh karena itu proses transmisi siaran dilakukan dengan mengirimkan data melalui kabel *fiber optic* ke stasiun pemancar Indosat, baru kemudian ditembakkan ke satelit. Kompensasinya adalah waktu jeda siar antara *uplink* dan *downlink* menjadi lebih lama daripada dengan transmisi *uplink* langsung ke satelit.²⁸

²⁸ Arie Nugraha (30 tahun) Koordinator MCR TV Edukasi, wawancara pada 21 Desember 2016

Keuntungan dari sistem penyiaran satelit seperti yang diterapkan TV Edukasi ini adalah jangkauan siarnya yang lebih luas daripada terrestrial. Satelit Palapa-D yang digunakan oleh TV Edukasi bisa menjangkau seluruh wilayah Indonesia bahkan ke beberapa negara tetangga. Proses transmisi siaran TV Edukasi dapat digambarkan dengan bagan sebagai berikut :




Gambar 20. Proses Transmisi Siaran TV Edukasi
(sumber : olahan penulis, 2017)

2. Kerjasama Penyiaran

TV Edukasi juga melakukan kerjasama penyiaran dengan beberapa stasiun televisi lokal dan televisi berlangganan. Dalam hal ini manajemen teknis penyiaran memiliki keterkaitan dengan manajemen pemasaran bagian kerjasama. Keuntungan dari kerjasama ini adalah dapat menyediakan siaran bagi masyarakat yang tidak memiliki TVRO. Dengan begitu masyarakat tetap bisa menerima siaran TV Edukasi melalui antena pesawat televisi biasa. TV Edukasi membuka kesempatan seluas-luasnya untuk bekerja sama dengan penyelenggara siaran lokal. Pada intinya penyelenggara siaran lokal yang

dapat bekerja sama adalah mereka yang bersedia menyiarkan program TV Edukasi dengan cara merelay dan atau menayangkan ulang program TVE yang telah disiarkan melalui satelit. Kerjasama dengan penyelenggara siaran lokal dan juga televisi berlangganan dituangkan dalam bentuk MoU atau Perjanjian Kerjasama (PKS). Terkait dengan kerjasama yang dilakukan, tidak ada kewajiban (tidak dimungkinkan) pemberian pembiayaan dari pihak yang bekerja sama dengan TV Edukasi.²⁹ Data stasiun TV lokal dan berlangganan yang merelai siaran TV Edukasi adalah :

- 
- a. SMKN 5 Muhammadiyah Kepanjen
 - b. Mivo TV Indonesia
 - c. Neo TV (PT Global Comm Nusantara)
 - d. Telkom (Usee TV)
 - e. PT. DMA (Viva SKY)
 - f. TV Muhammadiyah
 - g. Skylab TV
 - h. Topas TV
 - i. TVMu Surya Utama
 - j. PT. Mandiri Bintang Perdana (Info TV)

Ditinjau dari kepemilikan dan sumber pembiayaannya, TV Edukasi termasuk dalam media penyiaran publik, sama halnya dengan TVRI. Namun TV Edukasi tidak bisa melakukan penyiaran terestrial seperti TVRI dan

²⁹ Hermanto (45 tahun) Kepala Subbidang Penyiaran dan Pengendalian. Wawancara melalui *email* pada 17 Mei 2017.

televisi komersial pada umumnya, hal tersebut dikarenakan berbenturan dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran pasal 14 yang menyatakan bahwa hanya ada satu stasiun televisi publik di Indonesia yaitu TVRI.

Kerjasama penyiaran dengan bebas tanpa adanya biaya ini menjadi salah satu bentuk pertanggungjawaban TV Edukasi terhadap pemerintah dengan melakukan siaran program pendidikan seluas-luasnya. Tidak semua penduduk di Indonesia memiliki antena parabola yang dapat menerima siaran televisi dari satelit, karena itu jalan yang ditempuh agar siarannya tetap dapat diterima oleh masyarakat yang tidak memiliki TVRO adalah dengan melakukan kerjasama dengan stasiun TV lokal dan TV berlangganan.

3. Siaran Melalui Internet

Selain disiarkan melalui satelit, TV Edukasi juga melakukan siaran secara *streaming* di internet pada laman <http://tve.kemdikbud.go.id/>. Dengan adanya siaran *streaming* ini, pemirsa dapat menyaksikan siaran TV Edukasi di mana saja menggunakan jaringan internet. Siaran TV Edukasi melalui internet ini menunjukkan bahwa TV Edukasi berusaha memudahkan masyarakat untuk menonton siarannya dengan internet secara fleksibel.

Website streaming TV Edukasi juga menyediakan program siaran yang dapat diunduh. Hal tersebut menunjukkan bahwa TV Edukasi memudahkan masyarakat jika hendak menggunakan program siaran TV Edukasi sebagai

media pembelajaran namun tidak bisa melakukannya pada waktu yang bersamaan dengan siaran program tersebut.



Gambar 21. *Streaming TV Edukasi*
(sumber: <http://tve.kemdikbud.go.id/>, 2017)

D. Strategi Manajemen Media Penyiaran TV Edukasi Sebagai Televisi Pendidikan

Manajemen pada media televisi sangat dibutuhkan sebagai alat pengontrol dalam usaha mengemukakan ide, pengumpulan informasi, hingga proses penayangan. Strategi manajemen penyiaran yang dijalankan oleh TV Edukasi merupakan salah satu proses, cara, dan bentuk pertanggungjawabannya sebagai medium pembelajaran yang baru bagi masyarakat. Berikut ini penjabaran analisis terhadap strategi manajemen TV Edukasi yang melaksanakan penyiaran sebagai televisi pendidikan.

1. Strategi Manajemen Program dan Pemasaran sebagai Sumber Belajar

Penjabaran mengenai strategi manajemen program dan pemasaran di depan menunjukkan bahwa TV Edukasi menitikberatkan manajemennya

untuk menjadi sumber belajar bagi masyarakat. Pada manajemen program, program instruksional memiliki persentase yang paling banyak dibanding program lain yang memiliki komposisi yang sama. Program instruksional yang berisi materi pembelajaran formal merupakan salah satu strategi yang dilakukan TV Edukasi untuk menjawab tantangannya sebagai medium baru dalam belajar. Siswa yang ingin mempelajari sebuah materi mata pelajaran tertentu dapat dengan mudah mendapatkan sumber belajar dari menonton siaran televisi. Ditambah lagi dengan adanya program *Bincang Edukasi* yang memberikan kesempatan bagi siswa jika ingin menanyakan persoalan seputar pelajaran sekolah melalui telepon interaktif. Hadirnya program instruksional menjadi sebuah bentuk cara baru dalam belajar dengan mudah.

Manajemen penjadwalan program juga disesuaikan dengan kebutuhan penonton yang dibidik. Program instruksional ditayangkan di atas jam satu siang, yaitu waktu yang memungkinkan tersedianya para pelajar untuk menonton televisi. Kemudian pengulangannya kembali sore hari sampai dengan *prime time*, bertepatan dengan waktu bagi para siswa umumnya untuk belajar dan mengerjakan pekerjaan rumah. Stasiun televisi komersial umumnya meletakkan program-program unggulan pada *prime time* untuk menjaring penonton sebanyak-banyaknya sehingga menarik pemasang iklan. Program yang disajikan oleh stasiun televisi komersial pada waktu *prime time* cenderung pada program hiburan yang mengikuti selera masyarakat, misalnya sinetron. TV Edukasi justru meletakkan program yang jelas berbeda dengan stasiun televisi lain, hal ini bisa menjadi sebuah bentuk strategi untuk

mengurangi anak-anak yang menonton siaran *prime time* yang tidak tepat untuk usianya. Manajemen penayangan program TV Edukasi tidak berorientasi pada penjarangan penonton untuk mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, tetapi pada bagaimana penjadwalan yang tepat sehingga dapat dimanfaatkan oleh masyarakat khususnya para siswa untuk belajar.

Manajemen pemasaran yang mengatur promosi TV Edukasi juga menjalankan beberapa strategi yang berorientasi pada manfaatnya bagi masyarakat. Salah satunya dengan kegiatan pelatihan pemanfaatan TIK sebagai media pembelajaran bagi para tenaga pendidik di seluruh Indonesia. Hal tersebut selain memberikan keuntungan bagi TV Edukasi sebagai sarana promosi, juga bermanfaat bagi masyarakat. TV Edukasi bisa mengenalkan dan mengajak peserta untuk menonton program siarannya yang bisa dijadikan sumber belajar. Para tenaga pendidik khususnya yang ada di daerah-daerah terpencil dan jauh dari pusat kota mendapatkan ilmu baru yang dapat diterapkan pada kegiatan belajar mengajar di daerahnya.

Kuis Kihajar juga menjadi strategi promosi yang memiliki manfaat bagi para pelajar di seluruh Indonesia. Dengan adanya hadiah berupa dana pendidikan dan cara partisipasi yang mudah, dapat menarik para pelajar untuk ikut serta dan termotivasi menjadi pemenang. Para pelajar akan semakin giat belajar untuk berkompetisi dengan peserta lain agar lolos pada tahap penyisihan sampai menuju *grand final*. Manajemen pemasaran seperti ini menggambarkan keuntungan timbal balik bagi TV Edukasi dan masyarakat.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh TV Edukasi bisa menjadi sumber belajar yang bermanfaat bagi tenaga pendidik maupun pelajar.

2. Strategi Manajemen Teknis Penyiaran

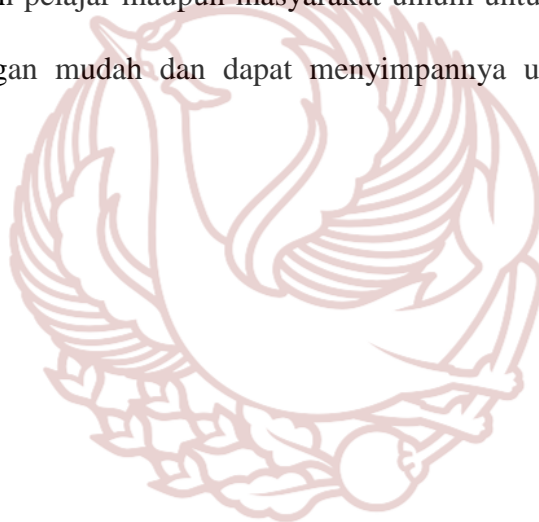
TV Edukasi memanajemen pemasaran dan teknisnya agar bisa menjadi media belajar yang mudah untuk diakses. TV Edukasi menggunakan sistem penyiaran satelit, sehingga hanya dapat diterima oleh masyarakat yang memiliki antena parabola (TVRO). Sistem penyiaran satelit ini memiliki keunggulan daya pancar yang lebih luas dibanding penyiaran terrestrial. Akan tetapi pada kenyataannya tidak semua penduduk di Indonesia memiliki antena parabola, sebagian besar menggunakan antena pesawat televisi biasa. Jalan yang ditempuh adalah melakukan kerja sama penyiaran dengan stasiun televisi lokal dan televisi berbayar untuk merelai siarannya.

TV Edukasi membuka kesempatan seluas-luasnya bagi instansi televisi lokal maupun berbayar untuk merelai siarannya dengan gratis tanpa biaya apapun. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen teknis penyiaran TV Edukasi mengatur beberapa strategi agar siarannya dapat diterima lebih luas oleh masyarakat dengan berbagai cara. Dalam hal ini manajemen teknis dijalankan oleh bagian kerjasama yang juga menangani kerjasama dalam manajemen pemasaran.

Selain itu, TV Edukasi juga melakukan siaran secara *streaming* di internet yang dapat diakses di <http://tve.kemdikbud.go.id/>. Dalam *website* tersebut, TV Edukasi juga menyediakan beberapa program siarannya yang

dapat diunduh dengan bebas oleh masyarakat setelah membuat akun. Hal ini memudahkan masyarakat yang ingin menonton ulang siaran TV Edukasi yang telah disiarkan secara *on air*.

Strategi promosi TV Edukasi melalui *youtube* dalam bentuk video program pembelajaran yang diunggah juga menjadi salah satu cara TV Edukasi untuk menyediakan sumber belajar dengan mudah. Saat ini masyarakat bisa mengunduh video apapun yang ada di *youtube*, hal tersebut memudahkan pelajar maupun masyarakat umum untuk mendapatkan sumber belajar dengan mudah dan dapat menyimpannya untuk dipelajari di lain waktu.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

TV Edukasi menjadi salah satu media pembelajaran baru yang dibentuk oleh Pusat Teknologi Informasi dan Komunikasi Pendidikan (Pustekkom) di bawah naungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Dalam kegiatan operasionalnya, TV Edukasi mendapatkan anggaran dana sepenuhnya dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), karena itu TV Edukasi termasuk dalam stasiun televisi publik. Strategi manajemen yang dijalankan oleh TV Edukasi menjadi salah satu bentuk pertanggungjawaban terhadap pemerintah yang membiayai seluruh proses operasionalnya. Manajemen yang dijalankan oleh TV Edukasi berfungsi untuk mempersiapkan rencana yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan, menyusun dan mengarahkan organisasi, serta mengawasi apakah rencana dan tujuan sudah dapat dicapai oleh organisasi yang ada. Yaitu bagaimana TV Edukasi menjalankan tiga pilar utama manajemen penyiaran televisi yang terdiri dari program, pemasaran, dan teknis, sebagai media pembelajaran yang baru bagi masyarakat.

Manajemen program di TV Edukasi dijalankan dengan membagi bagian perencanaan, bagian produksi, penjadwalan, dan pengawasan program. Bagian perencanaan terdiri dari para *PIC* yang bertugas menyusun materi dan format program siaran yang akan diproduksi. Dalam membagi jenis programnya TV

Edukasi memiliki klasifikasi yang berbeda dengan televisi komersial. Program siaran pendidikan terbagi menjadi lima jenis, yaitu instruksional, motivasional, budaya dan karakter, hiburan dan kreativitas, dan informasi pendidikan. TV Edukasi memproduksi sendiri hampir semua program siarannya kecuali program animasi *Kampung Edu* yang diproduksi oleh Factory Production. Program yang telah diproduksi ditayangkan dengan strategi *day parting*, yaitu menjadwalkan sesuai dengan ketersediaan penonton yang menjadi sasaran programnya. Khususnya untuk program instruksional yang berbasis kurikulum pendidikan sekolah, diletakkan pada siang hari di atas jam satu siang, dan diulang pada sore hari untuk melayani pelajar yang tidak bisa menonton pada siang hari. Untuk memastikan bahwa program sudah memenuhi standar penayangan program siaran pendidikan, dilakukan pengawasan sejak tahap perencanaan oleh pengkaji materi, dan diperiksa ulang oleh tim *Quality Control* pada saat pascaproduksi sebelum program ditayangkan. Manajemen program TV Edukasi menunjukkan bahwa Pustekkom berusaha memenuhi tanggungjawab untuk menyediakan sumber belajar bagi berbagai kalangan baik anak usia dini, pelajar, maupun masyarakat umum.

Manajemen pemasaran TV Edukasi dijalankan untuk meningkatkan citranya sebagai televisi pendidikan dan menjaring penonton seluas-luasnya. Jika televisi komersial melakukan pemasaran dengan berorientasi pada pendapatan dan keuntungan, TV Edukasi lebih berorientasi pada bagaimana agar hadirnya TV Edukasi lebih dikenal masyarakat sehingga fungsinya sebagai media pembelajaran yang baru dapat dimanfaatkan. Untuk itu, TV Edukasi memaksimalkan kegiatan

promosi program siarannya kepada masyarakat luas melalui media sosial, pameran pendidikan, pelayanan masyarakat, dan melalui program *Anugerah Kuis Kihajar*. TV Edukasi juga melakukan promosi pada medianya sendiri dengan menampilkan *station ID* berupa logo dan *bumper*, dan mempromosikan program unggulan beserta jadwal siarannya dalam bentuk *running text*. Hal itu merupakan bentuk pencitraan secara audio visual untuk megidentifikasikan TV Edukasi pada penonton. TV Edukasi menjalin kerjasama dengan mengadakan konferensi pers untuk kepentingan publikasinya di masyarakat melalui media lain, serta kerjasama penyiaran dengan stasiun televisi lokal dan membayar untuk memperluas jangkauan siarnya.

Manajemen teknis di TV Edukasi mengatur bagaimana kegiatan penyiaran yang dijalankan agar dapat diterima masyarakat. Sistem penyiaran TV Edukasi adalah sistem penyiaran satelit, masyarakat dapat menerima siaran tersebut melalui TVRO atau antena parabola. Untuk melayani masyarakat yang tidak memiliki TVRO, TV Edukasi melakukan kerjasama penyiaran dengan televisi berlangganan dan televisi lokal untuk merelai siarannya, serta melakukan siaran secara *streaming* yang dapat diakses pada *website* TV Edukasi di laman <http://tve.kemdikbud.go.id/>.

B. Saran

Batasan penelitian ini mengenai strategi manajemen media penyiaran yang dilakukan oleh TV Edukasi sebagai televisi pendidikan. Tidak menutup kemungkinan di masa mendatang eksistensi TV Edukasi di tengah-tengah

masyarakat Indonesia akan semakin meningkat. Peneliti berharap agar ke depannya penelitian ini dapat dikembangkan lebih mendalam dengan teori-teori yang lebih bervariasi dengan objek dan pembahasan yang sejenis maupun berbeda. Hadirnya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya mengenai strategi manajemen media penyiaran pada stasiun televisi pendidikan, serta dapat diperbaiki kekurangannya. Penelitian ini masih belum menyentuh isu-isu pendidikan di Indonesia. Karena itu peneliti juga berharap agar di masa mendatang muncul penelitian lanjutan untuk skripsi ini dengan menambahkan relevansi antara manajemen TV Edukasi dengan paradigma kurikulum pendidikan berlaku di Indonesia. Selain itu penelitian mengenai TV Edukasi juga dapat dikembangkan lagi dengan menyentuh sistem pertanggungjawaban secara teknis antara penyelenggaraan siaran TV Edukasi, Pustekkom, dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Fachruddin. 2016. *Manajemen Pertelevision Modern*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Anton Mabururi KN. 2013. *Manajemen Produksi Program Acara TV*. Jakarta: PT Grasindo.
- Darwanto. 2011. *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hidajanto Djamal, Andi Fachruddin. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Lexy J. Moleong, 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2011. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Pustekkom Depdiknas. 2007. *Sekilas Pustekkom, TVE, e-dukasi.net dan PJJ*. Jakarta: Pusat Teknologi Informasi dan Komunikasi Pendidikan
- Pustekkom Depdiknas. 2009. *Kajian Siaran TVE 24 Jam*. Jakarta: Pusat Teknologi Informasi dan Komunikasi Pendidikan.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Wawan Kuswandi. 1996. *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Sumber Internet

- Detik Finance. 2010. *Kronologi Sengketa Saham TPI*.
<https://m.detik.com/finance/bursa-valas/139169/kronologi-sengketa-saham-tpi>, diakses pada 28 Juli 2017.
- <http://facebook.com/tvedukasi//>, diakses pada 8 Maret 2017.
- <http://facebook.com/pustekkom//>, diakses pada 8 Maret 2017.
- <http://kemdikbud.go.id//>, diakses pada 25 Agustus 2017
- <http://pustekkom.kemdikbud.go.id//>, diakses pada 8 Maret 2017.
- <http://tve.kemdikbud.go.id//>, diakses pada 9 Maret 2017.
- <http://youtube.com/tvedukasi//>, diakses pada 9 Maret 2017.

DAFTAR NARASUMBER

Arie Nugraha, M.Si. 30 tahun. Tangerang Selatan. Koordinator MCR TV Edukasi.
Wawancara pada 21 Desember 2016.

Hairun Nissa, S.Pd. 36 tahun. Tangerang Selatan. *PIC* Program Motivasional,
Subbidang Perancangan dan Produksi Bidang PTP Berbasis RTF Pustekkom.
Wawancara pada 11 Januari 2017.

Hermanto, S.S. 45 tahun. Tangerang Selatan. Kepala Subbidang Penyiaran dan
Pengendalian Bidang PTP Berbasis RTF Pustekkom. Wawancara pada 3 Mei
2017.



GLOSARIUM

early evening : waktu siaran program televisi pada sore antara pukul 18.00 sampai dengan 19.00. Umumnya stasiun televisi mulai menayangkan program dengan audien yang tinggi untuk menghantarkan pada jelang waktu utama.

early fringe : pembagian waktu siaran pada sore hari antara pukul 16.00 sampai dengan 18.00. Umumnya stasiun televisi menayangkan program ringan untuk menemani waktu istirahat penontonnya setelah beraktivitas dalam sehari.

home economic : ekonomi rumah tangga, kegiatan usaha/industri dengan skala kecil atau rumahan

late fringe : waktu siaran program televisi pada malam hari setelah waktu utama, di mana audiensi mulai menurun, hanya tersedia orang dewasa yang menonton televisi.

late night : waktu siaran program televisi tengah malam, dengan tingkat audiensi yang sedikit dan umumnya hanya tersedia orang dewasa.

prime acces : waktu siaran program televisi antara pukul 19.00 sampai dengan 20.00. Stasiun televisi menayangkan program unggulan untuk menarik penonton sebanyak-banyaknya karena tingkat audien yang tinggi

prime time : waktu siaran program televisi dengan tingkat audien yang tinggi karena seluruh kalangan audien tersedia untuk menonton. *Prime time* dimanfaatkan oleh stasiun televisi untuk menayangkan program unggulan dengan tujuan menarik penonton sebanyak-banyaknya.

rating : dipakai untuk menilai sebuah acara televisi. Rating adalah perbandingan antara jumlah penonton sebuah program televisi dengan total jumlah seluruh penonton di suatu negara.

slot : ketersediaan tempat untuk penayangan sebuah program acara televisi.

straight news : berita yang berupa laporan kejadian aktual dan disajikan secara langsung

streaming : penyampaian data dan informasi berupa video dan suara secara digital melalui internet.



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
INSTITUT SENI INDONESIA (ISI) SURAKARTA
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
Jalan Ringroad Mojosongo Km 5,5 Jebres Surakarta. 57127.
Telepon. 0271.7889050 Faksimile 0271.7889051
<http://fsrd.isi-ska.ac.id> email: fsrd@isi-ska.ac.id

No. : 796 / IT6.4 / PP / 2017
Hal. : Perijinan Observasi

Kepada,

Yth. Pimpinan TV Edukasi Pustekkom
Jln. R.E Martadinata Km 15.5 Cipayung, Ciputat, Tangerang Selatan,
Banten

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas Mata Kuliah **Tugas Akhir Prodi Televisi dan Film** Jurusan Seni Media Rekam Fakultas Seni Rupa dan Desain ISI Surakarta, maka dengan ini kami mohon kepada Bapak/ Ibu Pimpinan kiranya memberikan ijin observasi yang dilaksanakan di **TV Edukasi Pustekkom** pada **November 2016 - Juni 2017** bagi mahasiswa kami.

Adapun mahasiswa yang akan melaksanakan kegiatan sebagai berikut :

Nama : Febrina Candra Cahyaning D.
NIM : 13148105
Prodi : Televisi dan Film
Jurusan : Seni Media Rekam

Demikian, mohon menjadikan periksa. Atas kerjasama yang baik, kami mengucapkan banyak terima kasih.

Surakarta, 5 Mei 2017

A.n. Dekan
Wakil Dekan I

Drs. Kusmadi., M.Sn

NIP. 1961040419910310038

Tembusan
Dekan (sebagai laporan)

